



SKOGSMÄSTARPROGRAMMET
Examensarbete 2011:25

Marknadsundersökning om vad skogsägare vill ha för produkter/tjänster av skogsbolagen

*Market research on what forest owners want for
the products / services by logging companies*

Jakob Gustafsson

Marknadsundersökning om vad skogsägare vill ha för produkter/tjänster av skogsbolagen

Market research on what forest owners want for the products / services by logging companies

Jakob Gustafsson

Handledare: Börje Börjesson

Examinator: Eric Sundstedt

Omfattning: 15 hp

Nivå och fördjupning: Grundnivå med minst 60 hp kurs/er på grundnivå som förkunskapskrav

Kurstitel: Kandidatarbete i Skogshushållning

Kurskod: EX0624

Program/utbildning: Skogsmästarprogrammet

Utgivningsort: Skinnskatteberg

Utgivningsår: 2011

Elektronisk publicering: <http://stud.epsilon.slu.se>

Nyckelord: skogsägare, service, enkätundersökning



Sveriges lantbruksuniversitet
Skogsvetenskapliga fakulteten
Skogsmästarskolan

FÖRORD

Detta examensarbete är ett resultat av en enkätundersökning som vars syfte var att se vilka tjänster/produkter som skogsägaren vill ha av sin skogliga samarbetspartner. Omfattningen på detta examensarbete är 15 högskolepoäng och är en del i Skogsmästarprogrammet vid SLU i Skinnskatteberg.

Undersökningens syfte och mål var att ge uppdragsgivaren till examensarbetet, Korsnäs en inblick i vad skogsägare inom Korsnäs inköpsregioner vill ha för tjänster/produkter av dem i frågor rörande deras inköpsorganisation.

Jag vill rikta ett stort tack till min uppdragsgivare Korsnäs och framför allt min handledare Lars-Erik Busk som har ställt upp när frågor uppstått. Ett stort tack riktas även till min handledare vid SLU Skogsmästarskolan, Börje Börjesson, som alltid har svarat på frågor som uppstått. Ville även passa på att tacka Frida Westerlund för all hjälp med examensarbetet vad gäller skrivandet av rapporten.

Gimo i augusti 2011

Jakob Gustafsson

INNEHÅLLSFÖRTECKNING

| | |
|--|-----|
| FÖRORD | iii |
| INNEHÅLLSFÖRTECKNING | v |
| 1. Abstract | 1 |
| 2. Inledning | 3 |
| 2.1 Bakgrund | 3 |
| 2.2 Syfte | 3 |
| 2.3 Mål | 3 |
| 2.4 Omfattning och avgränsning | 3 |
| 2.5 Ägarförhållandet i Sverige | 4 |
| 2.6 Dagens skogsägare- vem är det? | 6 |
| 2.7 Planering och mål med sitt ägande | 7 |
| 2.8 Svenska skogsbranschen och reglering av den | 8 |
| 2.9 Korsnäs | 8 |
| 3. Material och metoder | 11 |
| 3.1 Enkät | 11 |
| 3.2 Analys | 11 |
| 3.3 Rapportskrivning | 12 |
| 4. Resultat | 13 |
| 4.1 Enkätens kategorifördelning | 13 |
| 4.1.1 Kön | 13 |
| 4.1.2 Ålder | 14 |
| 4.1.3 Boendeform | 14 |
| 4.1.4 Huvudsakliga förvärvsinkomsten | 15 |
| 4.2 Fastigheten | 16 |
| 4.2.1 Skogsinnehav i produktiv skogsmark (ha) | 16 |
| 4.2.2 Hur länge skogsägarna ägt sin fastighet | 16 |
| 4.3 Samarbete med Korsnäs | 17 |
| 4.3.1 Regions fördelning | 17 |
| 4.3.2 Säljande former inom Korsnäs | 18 |
| 4.3.3 Uppkomsten av det senaste samarbetet med Korsnäs | 19 |
| 4.4 Vad avgör valet av skoglig samarbetspartner | 19 |
| 4.5 Vad Korsnäs kan bli bättre på och vad som saknas | 20 |
| 4.5.1 Vilka områden förutom skogsbruk som Korsnäs bör satsa mer på | 20 |
| 4.5.2 Vilka områden kan Korsnäs göra bättre | 21 |

| | |
|--|----|
| 4.5.3 Vilka produkter/tjänster som saknas inom Korsnäs enligt skogsägarna | 22 |
| 4.5.4 Vad som skulle kunna få skogsägare att ingå längre avtal med Korsnäs | 23 |
| 4.5.5 Vilka skogliga rådgivningsfrågor som skogsägare behövde mer hjälp med..... | 23 |
| 4.5.6 Gör skogsägarna affärer med något annat bolag? | 24 |
| 4.6 Korsnäs hemsida | 25 |
| 4.6.1 Besök på Korsnäs hemsida..... | 25 |
| 4.6.2 Vad besökarna tyckte om hemsidan..... | 25 |
| 4.7 Hur skogsägare går tillväga för att hitta den skogliga kunskap som de behöver..... | 26 |
| 4.8 Alternativa inkomstkällor på sin fastighet | 26 |
| 4.9 Görs åtgärder i skogen på eget eller Korsnäs initiativ | 27 |
| 4.10 Acceptabel tid för en skogsaffär | 28 |
| 4.11 Hur skogsägaren vill bli kontaktade..... | 28 |
| 4.12 Vilka värden finns i skogen enligt skogsägarna..... | 29 |
| 5. Diskussion | 31 |
| 5.1 Metodik kritik | 31 |
| 5.2 Enkätens kategorifördelning | 31 |
| 5.3 Fastigheten | 31 |
| 5.4 Samarbete med Korsnäs..... | 32 |
| 5.5 Vad avgör valet av skoglig samarbetspartner | 32 |
| 5.6 Vad Korsnäs kan bli bättre på och vad saknas..... | 32 |
| 5.7 Korsnäs hemsida | 34 |
| 5.8 Hur skogsägare går tillväga för att hitta den skogliga kunskap som de behöver..... | 34 |
| 5.9 Görs åtgärder i skogen på eget eller Korsnäs initiativ | 34 |
| 5.10 Hur skogsägaren vill bli kontaktad | 34 |
| 5.11 Vilka värden finns i skogen enligt skogsägarna..... | 34 |
| 6. Sammanfattning | 35 |
| 7. Referenslista..... | 37 |
| 7.1 Publikationer | 37 |
| 7.2 Internetdokument | 37 |
| 8. Bilagor..... | 39 |
| Bilaga 1 | 40 |
| Bilaga 2 | 47 |

1. ABSTRACT

The goal of this work is to get as good a basis as possible to explain what the owners want for products and services when those doing business with buying groups in Korsnäs purchases regions: Gävleborg, Dalarna, Uppland and Frövi. It should also provide Korsnäs knowledge of the most important factors to consider in business with the owners. Another important aspect is to find out what you have done better at the business with owners, to eventually be able to preserve and take them into account.

300 questionnaires sent out to randomly selected owners in these regions. This is to find out what the owners did not have the products/services of Korsnäs. 29 questions were asked in the affected areas to identify what was missing and to eventually be able to satisfy them. Questions were also concerned how the owners felt that Korsnäs fired its commitments and what could be improved in the future.

The conclusion to be drawn from what foresters lack of Korsnäs, the forest owners wants to have better information about prices and price premiums for selling timber. They also wanted to ensure that Korsnäs offer a better forestry advice and to arrange them more days in the forest of interesting topics. Even discount prices for various forest products was considered as a good way to get a better relationship with Korsnäs. Other timber types, there was a forest-owner.

2. INLEDNING

2.1 Bakgrund

Ett obligatoriskt moment på Skogsmästarutbildningen i Skinnskatteberg är att göra ett examensarbete som omfattar 15 högskolepoäng, vilket motsvarar tio veckors arbete. I arbetet ryms momenten: idé framställning, genomförande, databearbetning och rapportskrivning.

Detta examensarbete är uppbyggt på en enkätundersökning som skickades ut till skogsägare inom Korsnäs inköpsregioner, se figur 1.3. Idén kom under slutet av 2010 och examensarbetet genomfördes under våren 2011. Med ett samarbete mellan författaren och Korsnäs, i synnerhet med Lars-Erik Busk.

2.2 Syfte

Syftet med detta arbete är att ta reda på vad skogsägaren vill ha för produkter och tjänster av skogsbolagen vid virkesaffärer och vilka som är de viktigaste faktorerna för skogsägaren.

2.3 Mål

Målet med arbetet är att få ett så bra underlag som möjligt som kan förklara vad skogsägare vill ha för produkter och tjänster när de gör affärer med inköpsorganisationer i Korsnäs inköpsregioner: Gävleborg, Dalarna, Uppland och Frövi. Det skall även ge Korsnäs kunskap om de viktigaste faktorerna att beakta vid affärer med skogsägare. En annan viktig aspekt är att ta reda på vad man kunnat göra bättre vid affärer med skogsägare, för att i framtiden kunna bevara och beakta dessa som samarbetspartners.

2.4 Omfattning och avgränsning

Målgruppen för denna marknadsundersökning är skogsägarna inom Korsnäs inköpsregioner (Dalarna, Gävleborg, Frövi och Uppland), se figur 1.3. Syftet med undersökning är att lära sig förstå skogsägarna, inom det berörda området, bättre och kunna tillfredsställa deras behov efter detta.

För att undersöka detta har en frågeenkät utvecklas och skickas ut till skogsägare inom Korsnäs fyra inköpsregioner. Det har skickats ut 300 enkäter till slumpmässigt valda skogsägare. Utskicken fördelas lika mellan regionerna, vilket innebär 75 stycken enkäter per region.

För att få ett godtagbart material att analysera och dra slutsatser utifrån krävs minst 100 svar. Om svarsfrekvensen inte blir godtagbar kommer det skickas ut nya enkäter till skogsägare inom denna region.

Målgruppen som skall undersökas i denna enkät är skogsägare som har gjort affärer med Korsnäs tidigare. För att få så aktuella svar som möjligt har det gjorts en avgränsning till skogsägare som köpt tjänster av Korsnäs de senaste tre åren (2008, 2009 och 2010).

2.5 Ägarförhållandet i Sverige

I dag 2010 finns det ungefär 240 000 brukningsenheter i Sverige registrerade för skogsbruk. Av dessa är merparten privata skogsägare. 2009 var dessa 234 000 enheter. I Sverige år 2009 fanns det 330 802 st. skogsägare (Loman, 2010). Många skogsfastigheter är delägda därför stämmer inte siffrorna med antalet brukningsenheter. Resterande ägare av brukningsenheter är uppdelade enligt följande: Staten, Statsägda AB, Övriga allmänna ägare, Privatägda AB, Övriga privata ägare och Okända. Ägarförhållandet är enligt tabell nedan (Loman, 2010). Detta säger väldigt lite om hur arealfördelningen ser ut mellan de olika kategorierna. Hur fördelningen framgår nedan.

Tabell 1.1. Ägarförhållande antal brukningsenheter 2009.

| Ägarförhållande antal brukningsenheter | |
|--|---------------|
| Ägare | Antal enheter |
| Staten | 419 |
| Statsägda AB | 197 |
| Övriga allmänna ägare | 327 |
| Privatägda AB | 2 088 |
| Enskilda ägare | 234 176 |
| Övriga privata ägare | 2 139 |
| Okänd | 37 |
| Totalt: | 239 383 |

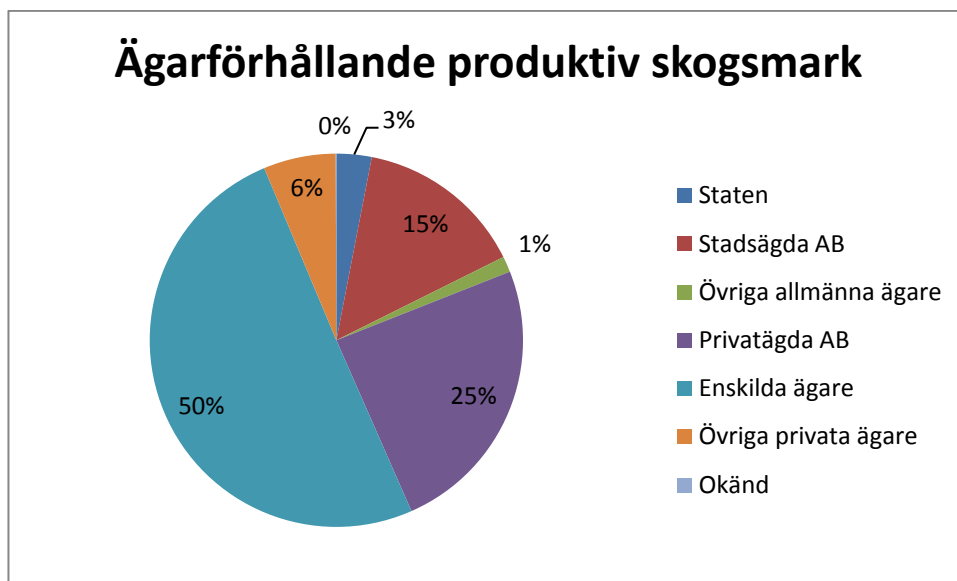
Källa: Skogsstatistik årsbok, Skogsstyrelsen 2010

Men brukningsenheter ger inte en helt rättvisande bild vad gäller markinnehavet. Vad gäller arealfördelningen på produktiv skogsmark mellan de olika ägarkategorierna så ser det ut enligt följande.

Tabell 1.2. Arealfördelning på produktivskogsmark 2009.

| Ägarförhållande produktiv skogsmark | |
|-------------------------------------|-----------------------|
| Ägare | Areal (ha, tusen tal) |
| Staten | 681 |
| Statsägda AB | 3 262 |
| Övriga allmänna ägare | 305 |
| Privatägda AB | 5 453 |
| Enskilda ägare | 11 236 |
| Övriga privata ägare | 1 400 |
| Okänd | 12 |
| Totalt: | 22 349 |

Källa: Skogsstatistik årsbok, Skogsstyrelsen 2010



Figur 2.1. Arealfördelning på produktivskogsmark 2009.

Av dessa tabeller kan utläsas att 50 % av all skogsmark i Sverige ägs privat. Dessa kan därför vara potentiella säljare av sin skog till olika virkesinköparorganisationer. Man kan även se att antalet brukningsenheter bland de privata skogsägarna är väldigt många. Därför är de privata skogsbruksenheter väldigt små (genomsnitt ungefär 48ha/brukningsenhet) i jämförelse med privatägda AB (snitt ungefär 2600 ha/brukningsenhet) (Loman, 2010). Så de flesta skogsägare kan inte leva på sitt skogsbruk, utan det ger bara lite extra tillskott i den privata ekonomin.

Vid en historisk tillbakablick för att jämföra dessa parametrar har det inte hänt någonting i stort sett vad gäller ägandeförhållandena mellan de olika kategorierna. 1970 ägde staten 18 % av det produktiva skogsinnehavet, Privatägda AB 25 % och enskilda skogsägare 51 %. En annan jämförelse är utvecklingen av hur stort genomsnitts skogsinnehavet per brukningsenhet var 1970. 1970 var det 77 ha/brukningsenhet, denna siffra är inte helt korrekt. Man räknade en brukningsenhet på ett annat sätt 1970, än idag. Siffrorna som gäller skogsmarksarealen i denna jämförelse är hämtade från riksskogstaxeringen 1958-1967, medans antalet enheter bygger på statistik från 1970. Detta på grund av att tillförlitliga siffror inte kunnat hittas. Men detta skall ändå ge en ungefärlig bild hur det såg ut (Ebeling, 1970).

Medelboniteten på de privat ägda skogsmarkerna är $6,1 \text{ m}^3 \text{ sk/ha}$ och år. Den siffran ligger över genomsnittet om man gör samma jämförelse och tar all skogsmark i Sverige. Genomsnittet då ligger på $5,3 \text{ m}^3 \text{ sk/ha}$ och år. Medel virkesförrådet i Sverige ligger på $130 \text{ m}^3 \text{ sk/ha}$. På den privatägda marken ligger förrådet på $144 \text{ m}^3 \text{ sk/ha}$, vilket är över genomsnittet (Loman, 2010). Att genomsnittet på den privata ägda skogsmarken ligger över genomsnittet i hela Sverige kan bero på att den största delen av den privata marken ligger i södra Sverige.

2.6 Dagens skogsägare – vem är det?

I Sverige är det endast 5 % av skogsägarna som har så stort skogsinnehav att de lever på sitt skogsbruk. Så skogsinkomsterna ses oftast som en extra inkomst i hushållskassan. En tydlig trend pekar dock på att skogsägarnas skogsinnehav blir större. Skogsägare köper flera skogsfastigheter nu jämfört med för 5 år sedan. Skogsägare som äger mer än 100 hektar skogsmark har ökat från 21 % (2004) till 26 % (2010). I Norrland äger nästan varannan skogsägare över 100 hektar. I Svealand är det 22 procent och i Götaland 19 procent (Wennberg m.fl., 2011).

Skuldsättningen är också låg bland dagens skogsägare, 60 % av skogsägarna är helt skuldfria. Det speglar även synen på lönsamheten med skogsbruket, 66 % är tillfreds med lönsamheten idag. Detta är den högsta siffran som uppmäts sedan ”Skogsbarometern” startade mäta detta. Men det är inte bara lönsamheten som är viktig i dagens privat skogsbruk. De senaste åren har de mjuka värdena blivit allt viktigare. Hela 35 % av dagens skogsägare anser även att känslan att äga skog är den viktigaste parametern (Wennberg m.fl., 2011).

De som äger skog i Sverige är äldre. 79 % av dagens skogsägare är över 50 år. Skogsägare över 65 år är 35 % (Wennberg m.fl., 2011).

Skogsägarfördelningen mellan män och kvinnor är: 62 % för män respektive 38 % för kvinnor år 2009 (Loman, 2010). Med detta som underlag kan man se att det är många kvinnor som äger skog och inte bara män. De är en stor ägarkategori och bör beaktas vid marknadsföring och köp av skogsprodukter.

När det gäller fördelning om fastighetsägaren bor i närheten av fastigheten eller är utbo ser statistiken ut enligt nedan: Närboägda fastigheter är 66 %, 8 % är delvis utboägda och 26 % utboägda (Loman, 2010). Folk bor inte i lika stor utsträckning på sin fastighet som man gjorde längre tillbaka. Ett steg i detta är urbaniseringen, som gjort att allt fler människor flyttar in till städerna. Andelen skogsmark som ägs av aktiva lantbrukare har minskat från drygt 75 % till 33 % av den hela privat skogssektorn, på drygt 60 år. Antalet lantbruksföretag (jordbruk med skogsinnehav) minskar och antalet skogsbruksföretag ökar (Bertholdsson m. fl., 2010).

Faktaruta:

Närboägd – Skogsägaren bor i samma kommun som brukningsenheten.

Delvis utboägd – Minst en ägare av brukningsenheten bor i en annan kommun.

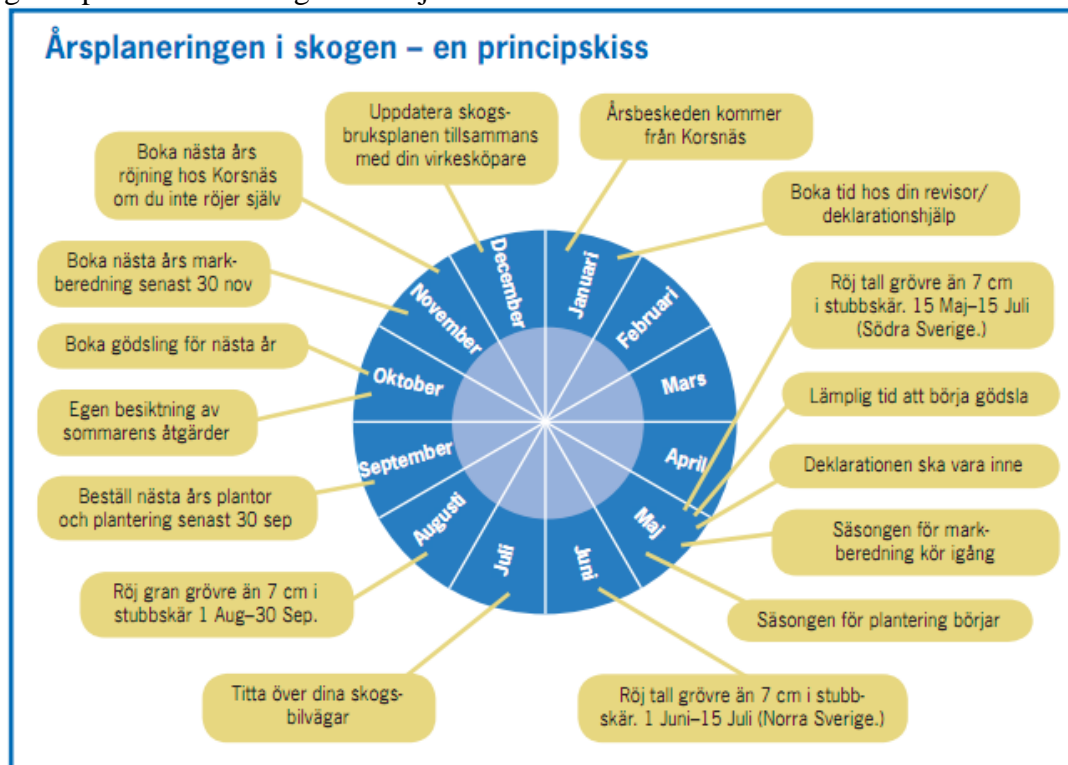
Utboägd – Skogsägaren bor i en annan kommun än brukningsenheten.

Skogsägarföreningarna är en viktig del i det Svenska skogsbruket verksamhet och utveckling. I utgången av 2009 så var drygt en tredjedel (111000 medlemmar) av alla skogsägare med i någon av de olika skogsägarföreningarna. Tillsammans äger de över hälften av den privata ägda skogsmarken (6,2 miljoner ha). I en tillbakablick det senaste 10 åren så har skogsägarföreningarna ökat med 20000 medlemmar. Men den sammanlagda arealen har inte förändras nämnvärt (Loman, 2010).

2.7 Planering och mål med sitt ägande

För att få kunna utnyttja sin fastighet på bästa sätt är en god planering och o för att uppnå sina mål. För att nå sina mål behövs planering i god tid och för att få tillgång till de tjänster som kan behövas. Därför är det bra med god planering och bra kontakt och relation med sin skogliga kontaktperson.

Beroende på hur stor fastigheten är och åldersfördelningen ser ut kan planeringen se olika ut år till år. Därför krävs det olik planering från år till år, på de fastigheter som man äger. ”Att äga en skogsfastighet innebär att du förvaltar en växande tillgång.” (Korsnäs, 2011, Länk A). Enligt figur nedan ser man allt som skall göras på en större fastighet med jämnt virkesflöde.



Figur 2.2. Årsplaneringen i skogen (Korsnäs, 2011, Länk A)

Om god lönsamhet är en viktig del av ägandet av fastigheten, skall man beakta ekonomin och planeringen av skötseln på fastigheten. Frågor man skall ställa sig inom detta område är: när behöver jag pengar, hur kan jag få ut bästa effektiva beskattningen, vill jag ha ut pengar varje år m.m.

Har man intresse för jakt och fiske som ett av målen med ägandet av fastigheten skall man beakta detta. Man kan då styra skogsbrukandet efter det och då få ut bästa möjliga resultat som önskas. De mjuka värdena har ökat inom det privata ägandet av skogsfastigheter så de bör beaktas när man sätter upp målen med skötseln efter det personliga intresset.

Det viktigaste dokumentet som man har till hjälpmedel för sin planering och för styrning sina mål, är skogsbruksplanen. Den anger skogsbeståndet och vilka åtgärder som skall göras under de närmaste 10 åren. Med detta dokument kan man själv bestämma målen och hur man skall nå dit (Andersson & Olsson, 2005).

Andra aspekter förutom skogsägarnas mål, som styr mycket av skötseln av fastigheten är virkespriser. Det styr mycket hur villiga skogsägare är att sälja sitt virke, vilket man har kunnat se under senare delen av 2010. Då virkespriserna varit höga och trycket på att sälja virke varit stort. Vid höga virkespriser säljs det oftast mer virke på marknaden. Skogsbruket är en konjunkturkänslig bransch som oftast följer konjunkturerna inom världsekonomin. Vid högkonjunktur så är virkespriserna oftast höga och då säljs det därför mer virke. Konjunkturerna kan därför också vara ett bra medel att beakta vid planering och uppsättning av målen med sitt ägande (Bertholdsson m. fl., 2010).

Med dessa aspekter får man ett bra beslutsunderlag för att kunna styra sitt skogsbruk efter eget intresse. Man skall planera efter vad som behöver göras med tanke på den stående skogen och det egna intresset. I alla planeringssammanhang bör man även beakta ekonomin och ställa sig frågorna; när behövs det pengar med tanke på den egna ekonomin och planera för de framtida kostnader som det innebär att ha egen skog (markberedning, plantering, röjning, försäkringar, administrativa kostnader m.m.) Vid föryngringsavverkning och gallring kan även virkespriserna beaktas för val av tidpunkt.

2.8 Svenska skogsbranschen och reglering av den

Skogsbranschen är en av Sveriges viktigaste exportnäringar. Den står för 12 % av den totala utrikeshandeln i Sverige (2009). Vilket motsvarar 122 miljarder kronor (Skogsstyrelsen, 2011, Länk E). De länder som Sverige i huvudsak exporterar till är i storleksordningen; Tyskland, Storbritannien, Holland, Norge och Danmark (2010).

Papper och papp står för över hälften (67 miljarder kronor) av den svenska exporten av skogsprodukter. Med sågade och hyvlade trävaror på andra plats med 23 miljarder kronor. Den årliga nettoavverkningen i Sverige ligger på 65 miljoner m³fub. Varav huvuddelen gick till sågtimmer och massaved, med 30,1- respektive 28,6 miljoner m³fub (Loman, 2010).

Det som styr skogsbrukandet i det svenska skogsbruket är skogsvårdslagen (SVL). Lagen ger skogsbrukaren mycket frihet i sitt skogsbrukande. Den grundläggande principen i denna lag är att produktions- och miljömålen skall väga lika. Den viktigaste parametern som styr brukandet av fastigheten är åldern av skogen. Det finns minimiåldrar för när skogen får avverkas. Finns även regler hur mycket man får avverka i förhållande till hur stor fastigheten är. Det finns också reglerat att man måste återplantera inom viss tid efter föryngringsavverkning. En annan viktig del är att man måste anmäla alla föryngringsavverkningar som är större än 0,5 ha.

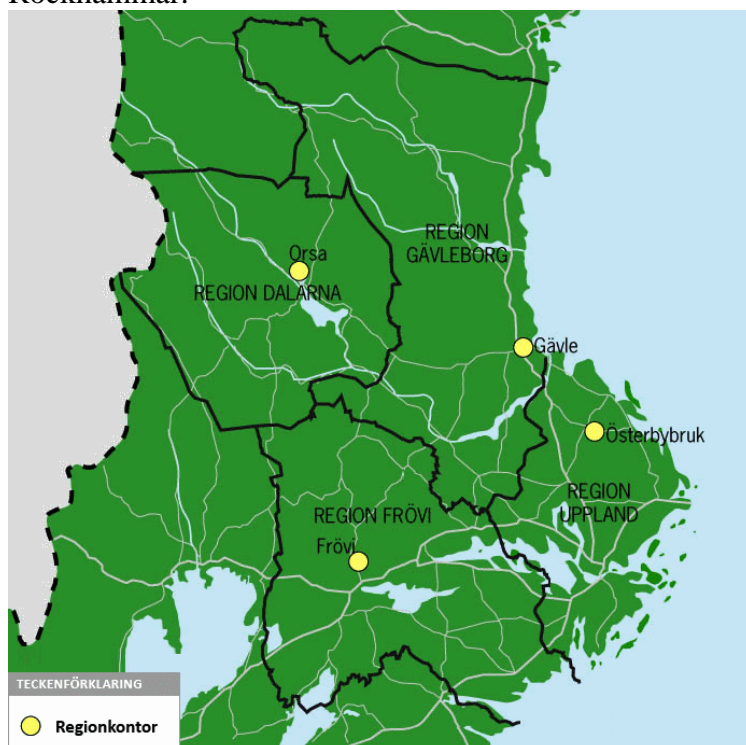
2.9 Korsnäs

Korsnäs är ett svenskt skogsbolag som ägs till 100 % av Investment AB Kinnevik. Korsnäs verksamhetsområde är i Mellansverige och består av fyra inköpsregioner. Bolaget har inte någon egen skog utan sköter skogen åt Bergvik Skog Öst. År

2009 hade Korsnäs en omsättning på 8039 miljoner kronor, vilket gav ett rörelseresultat på 851 miljoner kronor (Korsnäs, 2011, Länk D)

Korsnäs är ett företag med lång historia. Företaget startades som ett sågverk i Falun i mitten på 1850-talet, som sedan kom att flytta 40 år senare till Gävle, vilket har kallats "Sveriges i särklass största industriflytt". 1925 invigs sedan den första pappersmaskinen som kom att bli en grundstomme i bolaget. Nästa stora punkt i historien var när Korsnäs i mitten av 1960-talet började inrikta sig på att förädla virket till högkvalitativa varor. Det var ett steg i rätt riktning som gjorde att 85 % av allt producerat virke var högkvalitativt i mitten av 1980-talet. Slutet av 1900-talet och början av 2000-talet kom att präglas av ombyggnationer av befintliga pappersfabrikerna och inköp av nya. Sågverken som man ägde såldes sedan av. Sedan såldes även all egenskog i faser till Sveaskog och Bergvik Skog (Korsnäs, 2011, Länk B).

Virket som man köper och avverkar på "egen skog" går till lokala sågverk och den egna pappersindustrin som producerar pappersmassa, som sedan förädlas till kartong och papper. Industrierna ligger i Gävle, Frövi och en liten del går också till Rockhammar.



Figur 2.3. Korsnäs inköpsregioner (Korsnäs, 2011, Länk C).

3. MATERIAL OCH METODER

3.1 Enkät

Arbetet bygger på en enkätundersökning som omfattar 300 slumpvis utvalda skogsägare som köpt tjänster av Korsnäs de senaste tre åren (2008, 2009 och 2010). Utskicksen fördelades lika mellan regionerna, vilket innebär 75 stycken enkäter per region.

Frågorna har arbetats fram av författaren och handledarna Lars-Erik Busk och Bengt Brunberg. Idéer om frågor har även hämtats från tidigare gjorda examensarbeten som berört detta område (Gunnarsson & Mårtensson, 2004) (Bergh, 2006). Syftet med frågorna som är framtagna är att lära sig förstå markägarna, inom det berörda området bättre och kunna tillfredsställa deras behov efter detta, för att lära sig vilken uppfattning skogsägaren har om Korsnäs.

För utformningen och stöd för skrivandet av enkäten har facklitteratur inom enkätteknik används (Trots, 2001). Där berörs hur frågor i enkäten skall utformas och formuleras. Det ges även en inblick hur enkäten skall ställas upp för att bli lättförståelig och ge ett så bra material som möjligt för att kunna analysera.

För att nå ut med enkäten till skogsägare kommer Korsnäs leverantörsregister att användas och med hjälp av MS-Excels slumpgenerator bland dem välja ut mottagare av enkäten.

Sista steget innan utskick av enkäten var att testa den på en kontrollgrupp av människor som Lars-Erik Busk föreslog. De hade kunskap om skogsbruk och affärer i varierande omfattning. Detta gjordes för att oklarheter med frågorna i enkäten skulle redas ut och för att frågorna skulle vara så lättförståeligt som möjligt.

Enkäten skickades ut den 1/4-11. De tillfrågade hade två veckor (14/4-11) på sig att svara på enkäten och skicka tillbaka den. Utskicket bestod av enkäten som innehöll 29 frågor uppställda på sex A4-ark, ett frankerat svarskuvert och ett följebrev där syftet med undersökningen presenterades och en kort presentation av författaren.

3.2 Analys

För att få hjälp med analys och datainsamling har facklitteratur används inom detta ämne (Trots, 2001). Där gavs också hjälp hur man skall hantera bortfall och felaktigt angivna svar.

Det insamlade materialet har bearbetats och analyserats under våren 2011. Detta har sammanställts och analyserats i MS- Excel.

3.3 Rapportskrivning

Rapporten har skrivits under arbetets gång med hjälp av MS- Word. För att få hjälp med uppställning och skrivande av rapporten har ”Handledning för rapportskrivning-99” (Stenhag & Lycksell, 1999) använts.

4. RESULTAT

I detta kapitel kommer svaren från enkäten att redovisas. Svaren redovisas i diagram för att göra det så lätt som möjligt för läsaren att tolka dessa. Diagramtypen har valts ut efter vilken typ av fråga det handlar om och vilken som passar bäst för att kunna tolka svaren.

Antalet svar som inkom i enkätundersökning var 114, vilket ger en svarsfrekvens på 38 %. Ej svarande i undersökning var 186. Det ansågs av författaren och handledarna vara en godtagbar svarsfrekvens för att kunna dra slutsatser utifrån frågorna som hade ställts.

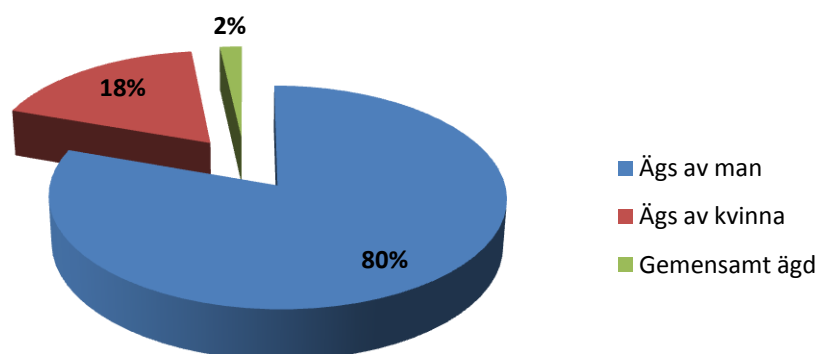
Svarsfrekvensen på de enskilda frågorna i enkäten var varierande. Tio av frågorna kom inte upp i en svarsfrekvens med på 100 svar, fråga 21 med lägst svarsfrekvens (34 svarande).

Fråga 13 misstolkades av många genom att de satte kryss istället för att rangordna de givna alternativen. Många svarande hoppade även över denna fråga eller endast rangordnade de fyra första alternativen.

4.1 Enkätens kategorifördelning

4.1.1 Kön

Denna fråga har till syfte att se vilka som gör affärer med Korsnäs, om det är både män och kvinnor. Författaren och Korsnäs ville även se om det var någon skillnad mellan skogsägandet i landet och de som gör affärer.



Figur 4.1. Könsfördelning

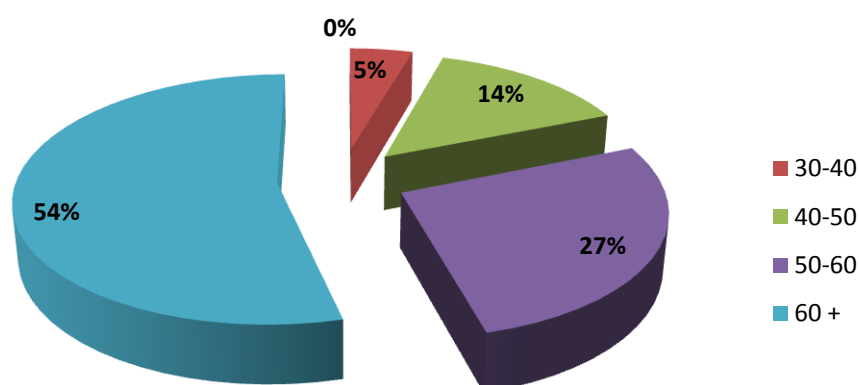
I denna undersökning var den procentuella könsfördelningen bestående av 80 procent män, 18 procent kvinnor och 2 % ägdes tillsammans av man och kvinna. Denna fråga hade 112 svarande.

Detta resultat speglar inte ägarstrukturen i landet 61 % av skogsägarna är män och 39 % kvinnor (Loman, 2010). I denna undersökning var det 80 % av de som gjorde affärer med Korsnäs, män.

4.1.2 Ålder

Denna fråga ställdes för att författaren och Korsnäs ville veta vilken ålder som skogsägare hade, som gjort affärer med Korsnäs är i.

Ur resultatet om åldersfördelning i denna enkät kan man utläsa att över 54 % är över 60 år och att 27 % är mellan 50-60 år. Detta gör att över 81 % av dem svarande är över 50 år. 14 % är mellan 40-50 år och 5 % är mellan 30-40 i denna undersökning. Denna fråga hade 111 svarande.



Figur 4.2. Åldersfördelning enkätsvar

Detta resultat speglar skogsägandet i Sverige relativt bra, med en hög medelålder.

4.1.3 Boendeform

Tanken med denna fråga var att se hur dagens skogsägare bor i förhållande till sin skogsfastighet. De tillfrågade fick 3 svarsalternativ: ”närboägd”, ”delvis utboägd” och ”utboägd”. Denna fråga hade 113 svarande.

I denna undersökning så bodde 77 % av alla skogsägare i samma kommun som sin fastighet. 19 % bodde i en annan kommun

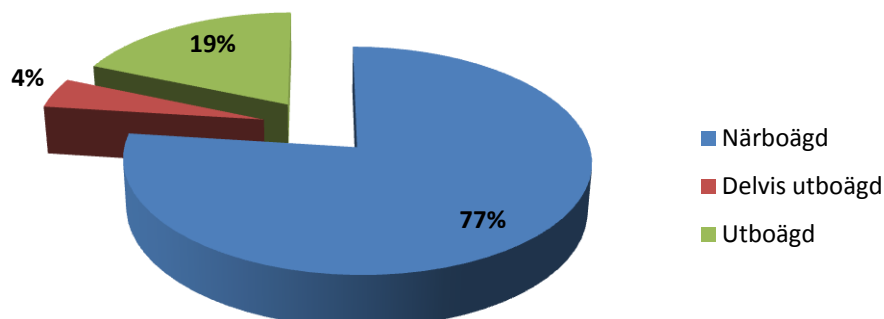
Faktaruta:

Närboägd – Skogsägaren bor i samma kommun som brukningsenheten.

Delvis utboägd – Minst en ägare av brukningsenheten bor i en annan kommun.

Utboägd – Skogsägaren bor i en annan kommun än brukningsenheten.

än där deras fastighet var belägen. 4 % av de tillfrågade var delägda fastigheter där minst en av delägarna bodde i en annan kommun än fastigheten. Av undersökning kan man även utläsa att 81 % av de tillfrågade minst har en delägare som bor i samma kommun som fastigheten. Denna fråga hade 113 svarande.

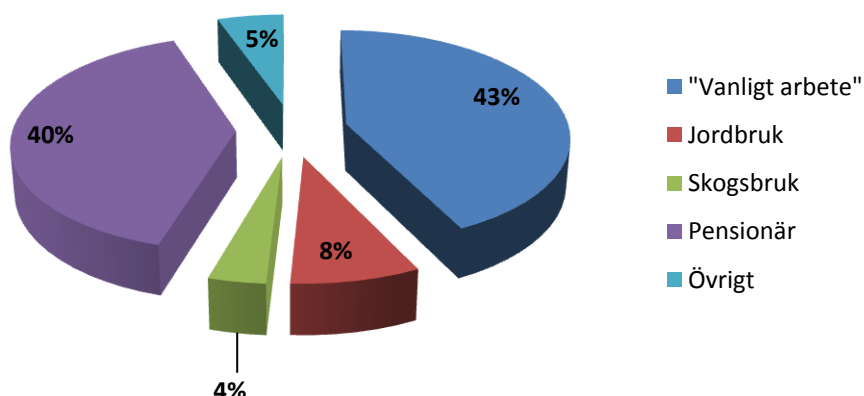


Figur 4.3. Boendeform enkätsvar

Dessa svar stämmer ganska bra med genomsnittliga vad gäller boendeformer för skogsfastigheter i Sverige vilket gör att resultatet är relativt bra. Se under rubriken ”Dagens skogsägare – vem är det?”.

4.1.4 Huvudsakliga förvärvsinkomsten

Med denna fråga ville författaren och Korsnäs ta reda på vad som var skogsägarnas huvudsakliga inkomstkälla. Om det var många som levde på skogsbruk eller om det endast var en extra inkomst i den privata ekonomin.



Figur 4.4. Förvärvsinkomst

Den huvudsakliga förvärvsinkomsten var ”vanligt arbete” på 43%, i denna undersökning. 40 % var pensionärer. 8 % sysslade med jordbruk som

huvudsakliga syssla och 5 % kunde leva på sitt skogsbruk. I klassen ”Övrigt” var ”egen företagare” den mest förekommande kategorin. Denna fråga hade 110 svarande.

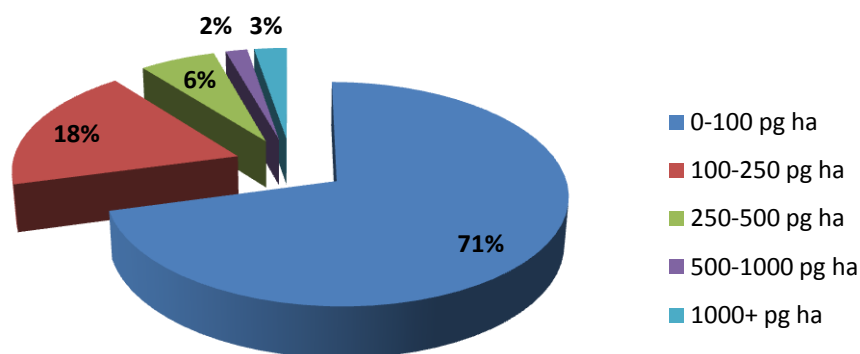
Resultatet visar att skogsbruket endast ger en extra inkomst till den privata ekonomin för det flesta (96 %), detta speglar statistiken som går att finna inom detta område där endast 5 % av skogsägarna i Sverige kan livnära sig på sitt skogsbruk, läs mer under rubriken ”Dagens skogsägare – vem är det?”.

4.2 Fastigheten

Under denna rubrik kommer det redovisas hur stort skogsinnehav skogsägarna har som gör affärer med Korsnäs och hur länge skogsägarna varit ägare till dessa.

4.2.1 Skogsinnehav i produktiv skogsmark (ha)

Anledningen till denna fråga var att se hur stort skogsinnehav skogsägarna har som gör affärer med Korsnäs. Sedan att se vilken potential det fanns till att göra virkesaffärer med dessa.

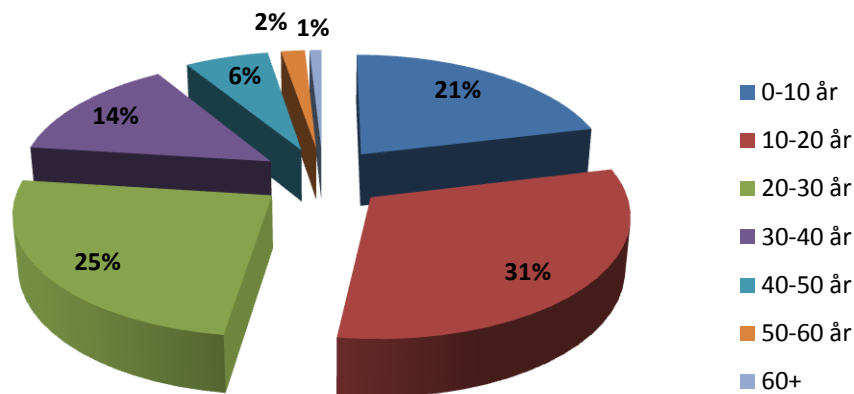


Figur 4.5. Skogsinnehav produktiv skogsmark (pg) enkätsvar

71 % av dem svarade äger en fastighet som är mindre än 100 hektar produktiv skogsmark. 18 % äger en fastighet på mellan 100-250 hektar produktiv skogsmark. Av undersökningen kan då utläsas att 89 % av de svarande äger en fastighet som är mindre än 250 hektar produktiv skogsmark. 6 % äger en fastighet på mellan 250-500 hektar produktiv skogsmark och 2 % äger fastighet mellan 500-1000 hektar produktiv skogsmark. 3 % äger mer än 1000 hektar produktiv skogsmark enligt undersökningen. Denna fråga hade 113 svarande.

4.2.2 Hur länge skogsägarna ägt sin fastighet

Syftet var att se hur länge skogsägarna varit ägare till respektive skogsfastighet. Denna fråga hade 113 svarande.



Figur 4.6. Varit ägare av fastigheten enkätsvar

21 % av de svarande har varit ägare av sin fastighet i mindre än 10 år. 31 % har varit ägare i 10-20 år, vilket var största kategorin. Denna fråga hade 113 svarande. 20-30 år har 25 % varit ägare av sin fastighet och 14 % 30-40 år. 6 % har varit ägare av sin fastighet i 40-50 år och 2 % 50-60 år. 1 % av de svarande har varit ägare av sin fastighet i över 60 år (en svarande).

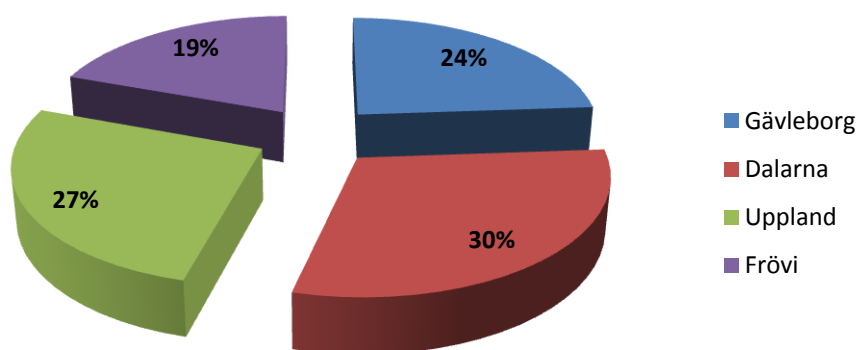
Resultatet visar att de flesta fastigheterna har ägts mellan 0-30 år (77 %).

4.3 Samarbete med Korsnäs

Under denna rubrik följer en sammanställning vilka upplåtelseformer som är vanligast. Vilken region man tillhör och om det finns något avtal mellan skogsägaren och Korsnäs. Hur uppkomsten av det senaste samarbetet har uppkommit kommer även att tas upp.

4.3.1 Regions fördelning

Vid kartläggning vilken region som de svarande skogsägarna haft kontakt med visades det sig att 30 % samarbetade med Region Dalarna. 27 % samarbetade med Region Uppland, 24 % med Region Gävleborg och 19 % med Region Frövi. Denna fråga hade 113 svarande.

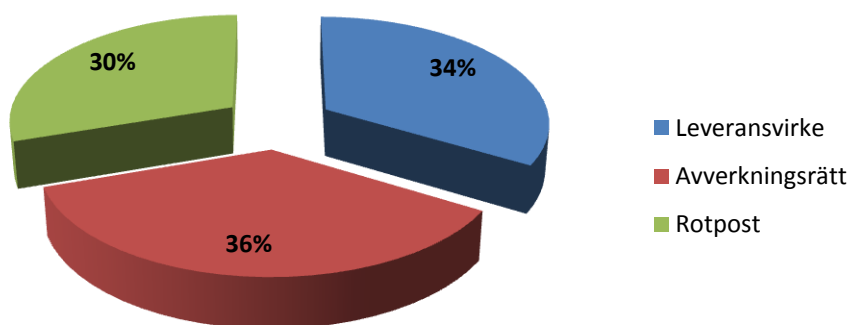


Figur 4.7. Vilken region skogsägarna har kontakt med

4.3.2 Säljande former inom Korsnäs

Här ville författaren och Korsnäs se vilken som var den vanligaste upplåtelseformen när det gällde skogsaffärer. Svarsalternativen som gavs var: *leveransvirke, avverkningsrätt och rotpost*. Denna fråga hade 107 svarande.

Alla i undersökningen hade gjort affärer med Korsnäs under de senaste 3 åren. Därför gjordes en kartläggning vilken som var den vanligaste upplåtelseformen av sitt försålda virke bland skogsägarna.



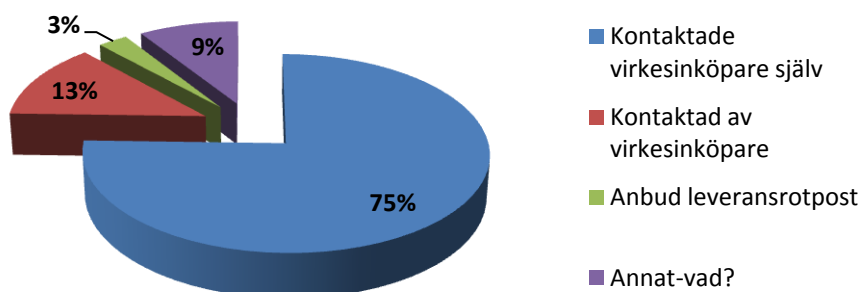
Figur 4.8. Säljande form till Korsnäs

36 % av de svarande sålde sitt virke som avverkningsrätt. 34 % sålde sitt virke som leveransvirke och 30 % sålde sitt virke som rotpost.

Vad som går att utläsa ur resultatet är att det är väldigt jämnt fördelat mellan de olika upplåtelseformerna.

4.3.3 Uppkomsten av det senaste samarbetet med Korsnäs

För att ta reda på vilken som var den vanligaste tillkomsten för samarbete mellan Korsnäs och skogsägare ställdes en fråga om detta. Denna fråga hade 110 svarande.



Figur 4.9. Hur senaste samarbetet med Korsnäs uppkom

Vanligaste var att skogsägare kontaktade virkesinköpare själva, 75 %. Vid 13 % av tillfällena var det virkesinköparen som tagit kontakt med skogsägaren. Samarbete hade vid 3 % av fallen uppkommit genom att skogsägaren lämnat ut anbud om leveransrotpost. 9 % av fallen hade samarbete uppkommit på annat sätt. Där rekommendationer av kompisar (3 %) och entreprenörer (2 %) var dem största kategorierna.

4.4 Vad avgör valet av skoglig samarbetspartner

Denna frågas syfte var att ta reda på vad som styr valet av samarbetspartner bland skogsägarna. De svarande fick rangordna 13 olika alternativ från 1 till 13, där 1 var bäst. Det fanns även en kolumn där man själv fick skriva in vad man tyckte var viktigt. Nedan följer resultatet från denna fråga. Denna fråga hade 73 svarande.

| | | |
|----|--|-------|
| 1 | Virkespriser | 2,37 |
| 2 | Kvalité på utfört arbete | 3,07 |
| 3 | Passande avtal | 5,74 |
| 4 | Kontakten med inköparen | 5,77 |
| 5 | Låga avverkningskostnader | 5,93 |
| 6 | Information från virkesinköparen | 6,11 |
| 7 | Tydlig ekonomisk redovisning | 6,14 |
| 8 | Skoglig rådgivning | 6,90 |
| 9 | Tid, från kontakt till avslut | 7,37 |
| 10 | Tydlig redovisning av utförda åtgärder | 7,59 |
| 11 | Kontakt med entreprenörer | 9,00 |
| 12 | Uttag av skogsbränsle | 10,83 |

Figur 4.10. Vad är viktigast motivet vid val av skoglig samarbetspartner

Det viktigaste som styr valet av samarbetspartner är virkespriserna. Det följdes tätt av ”kvalitén på utfört arbete”. Sedan kom: passande avtal, kontakten med inköparen och låga avverkningskostnader. ”Kontakten med inköparen” påvisade en stor variation bland svaren, den var satt som den viktigaste orsaken men även satt till den minst viktigaste vid valet av skoglig samarbetspartner. I kolumnen där man fick ange ett eget alternativ var miljöhänsyn det mest förekommande svaret.

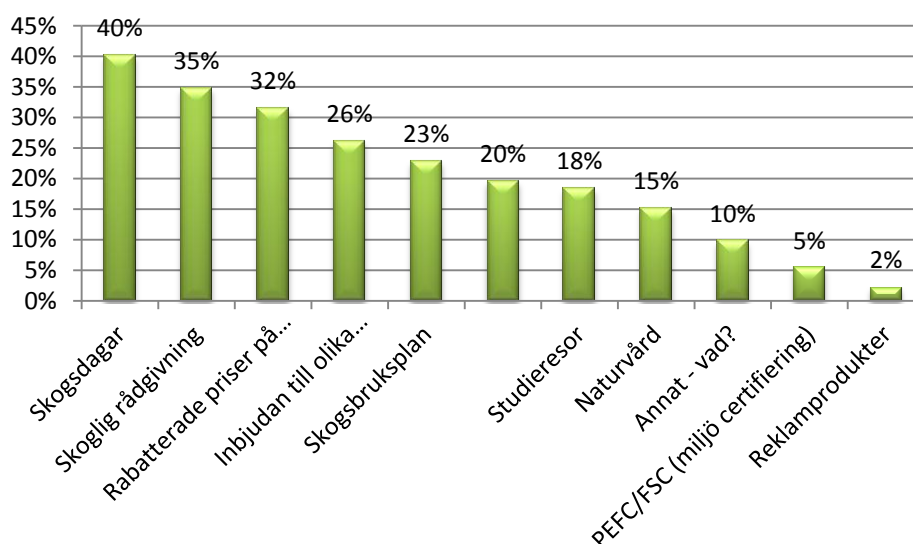
Dessa svar kan ge en bra förståelse hur skogsägare tänker vid val av skogligsamarbetspartner. Resultatet visar tydligt att virkespriser är viktigast och att tid och kunskap skall läggas på kvalitén på det utförda arbetet.

4.5 Vad Korsnäs kan bli bättre på och vad som saknas

Under denna rubrik följer viktiga frågor om vad Korsnäs kan förbättra och vad som saknas. Även frågor om vad som kan få skogsägare att ingå i ett längre samarbete med Korsnäs kommer tas upp och om skogsägarna som säljer till Korsnäs även säljer till andra bolag kommer tas upp. Syftet med dessa frågor var att kartlägga vad som saknas och vad som Korsnäs skall satsa mer på för att få nöjdare kunder. Detta för att få ett bredare utbud av tjänster och produkter som skall kunna tillfredsställa skogsägare inom Korsnäs inköpsregioner.

4.5.1 Vilka områden förutom skogsbruk som Korsnäs bör satsa mer på

Under denna fråga fick de svarande välja bland flera olika svarsalternativ om vad de ansåg att Korsnäs borde satsa mer på. Flera alternativ kunde väljas och det fanns en egen kolumn där man kunde skriva in själv vad man ansågs vara viktigt. Flera alternativ kunde väljas. Alternativen som angavs var: *reklamprodukter, rabatterade priser på skogsrelaterade produkter, skoglig rådgivning, studieresor, inbjudan till olika evenemang. T.ex. jakt, fiske, information om beskattning och redovisning, PEFC/FSC (miljö certifiering), skogsbruksplan, skogs dagar, naturvård*. Svarande på denna fråga var 92 stycken.

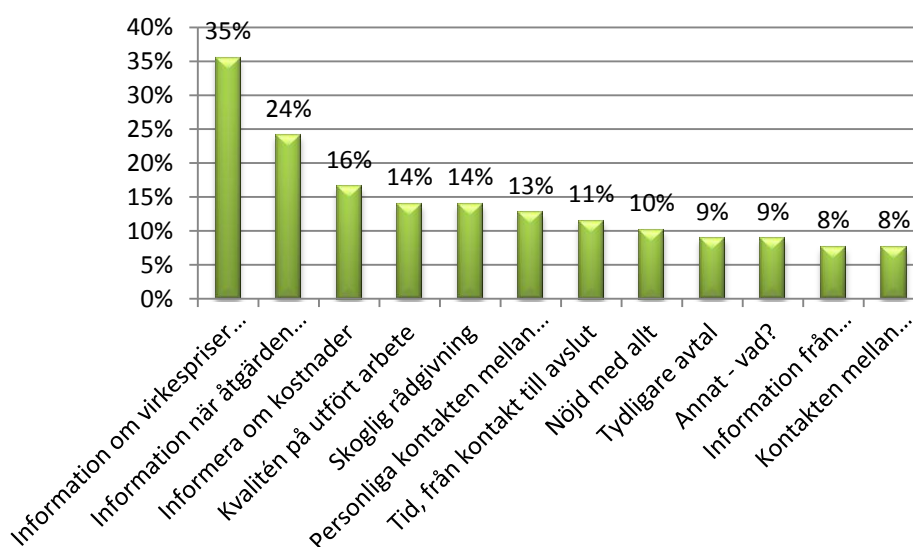


Figur 4.11. Vilka områden Korsnäs bör satsa mer på förutom skogsbruk

Som kan utläsas ur diagrammet anses skogs dagar (40 %) vara ett område som är Korsnäs skall lägga ner mer tid på. Även skoglig rådgivning (35 %) och rabatterade priser på skogsrelaterade produkter (32 %) ansågs vara områden som Korsnäs borde satsa mer på.

4.5.2 Vilka områden kan Korsnäs göra bättre

Denna fråga fick den svarande kryssa i vad de tyckte att Korsnäs kunde göra bättre. Detta för att se vad som kan förbättras. Flera alternativ kunde väljas. Svarsalternativen var: *Information från virkesinköparen, personliga kontakten mellan virkesinköpare och markägare, kvalitén på utfört arbete, kontakten mellan skogsägare och entreprenörer, information om virkespriser och pris-premier, information om kostnader, tydligare avtal, skoglig rådgivning, information när åtgärden skall ske, tid från kontrakt till avslut, annat-vad?* Svarande på denna fråga var 79 stycken.

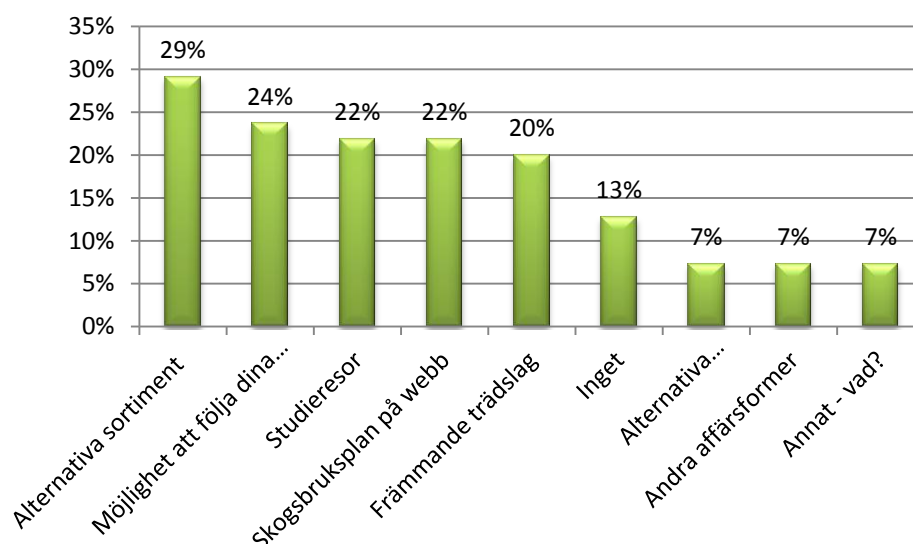


Figur 4.12. Vilka områden kan Korsnäs göra bättre på

35 % av de svarande ansåg att ”information om virkespriser och prispremier” var något som Korsnäs kan bli bättre på. 24 % ansåg att ”information när åtgärden skall ske” var något som Korsnäs kan jobba mer på. 16 % ansåg att ”information om kostnader” kunde bli bättre. Kategorin ”Nöjd med allt” fanns inte med i enkäten, men 10 % av dem svarande hade skrivit in dem själva och därför togs den med.

4.5.3 Vilka produkter/tjänster som saknas inom Korsnäs enligt skogsägarna

För att ta reda på vad skogsägarna ville ha för produkter/tjänster så ställdes denna fråga för att kunna kartlägga detta. Flera alternativ kunde väljas. Svartalternativen var: *alternativa sortiment, alternativa skogsbruksåtgärder, andra affärsformer, främmande trädslag, studieresor, möjlighet att följa dina skogliga affärer på webb, skogsbruksplan på webb, annat – vad?* Som följdfråga fick dem svarande även skriva i vad dem tyckte saknades specifikt. Svarande på denna fråga var 55 stycken.



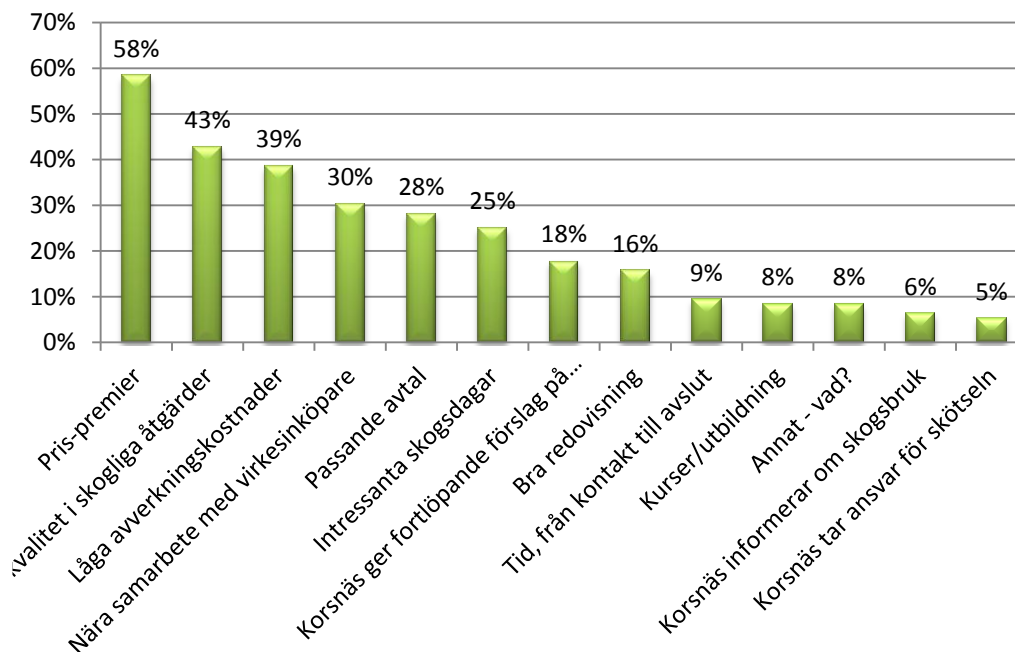
Figur 4.13. Vilka produkter/tjänster som saknas på Korsnäs

”Alternativa sortiment” var det som flest av de svarande ville ha mer av (29 %). De sortiment som nämndes var: knivfura, stolp, stängselstolp, träslipers, slöjdvirke och asp som lövtimmer. ”Möjlighet att följa dina skogliga affärer på webb” saknades av 24 % av dem svarande. Samma sak gäller ”skogsbruksplan på webb” som svarades av 22 %.

Mer studieresor ville 22 % även ha. Främmande trädslag ville 20 % se mer av och trädslagen som efterfrågades mest var: poppel, körsbär, douglasgran, lärk, hybridasp och contorta. Svaret ”inget” fanns ej med bland svartalternativen men 13 % av dem svarande skrev in det själva och därför har den tagits med.

4.5.4 Vad som skulle kunna få skogsägare att ingå längre avtal med Korsnäs

Syftet med denna fråga var att se vad som är det avgörande alternativen för att skogsägarna skulle kunna tänkas ingå i ett längre avtal med Korsnäs. Flera alternativ kunde väljas. Svarsalternativen var: *Pris-premier, låga avverkningskostnader, kurser/utbildning, passande avtal, bra redovisning, bra kvalitet i skogliga åtgärder, Korsnäs tar ansvar för skötseln, Korsnäs informerar om skogsbruk, Korsnäs ger fortlöpande förslag på åtgärder, tid, från kontakt till avslut, intressanta skogsdagar, nära samarbete med virkesinköpare och annat - vad?* Svarande på denna fråga var 96 stycken.

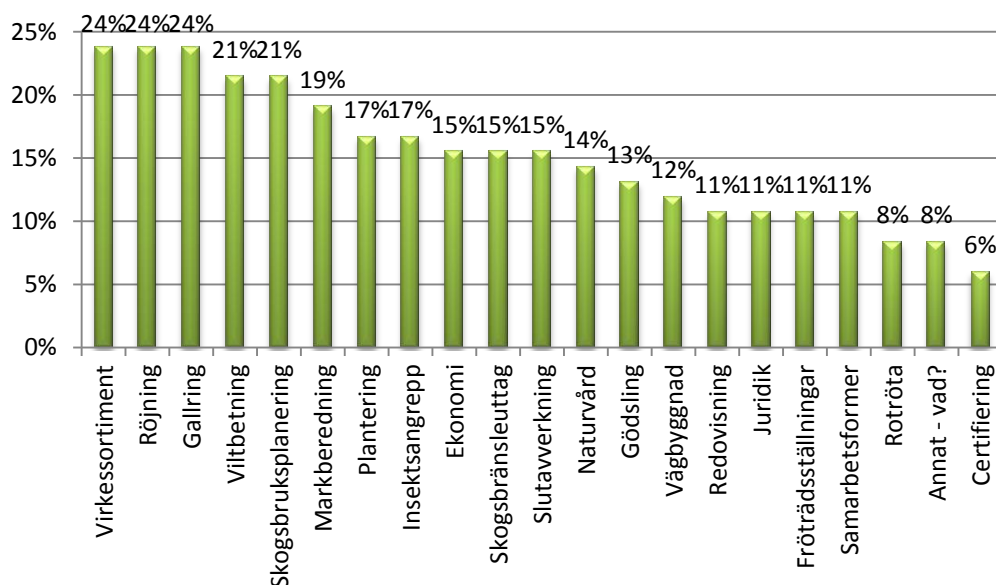


Figur 4.14. Vad som kan få skogsägare att ingå längre avtal med Korsnäs

58 % av dem som svarat på enkäten tyckte att ”pris-premier” var en sak som skulle kunna få dem att ingå längre avtal med Korsnäs. ”Bra kvalitet på skogliga åtgärder” var det 43 % som tyckte. Även ”låga avverkningskostnader” var en av de mest förekommande alternativen (39 %).

4.5.5 Vilka skogliga rådgivningsfrågor som skogsägare behövde mer hjälp med

Med denna fråga ville Korsnäs och författaren se vad som dagens skogsägare har problem med och vilken sorts rådgivning som de efterfrågar. Flera alternativ kunde väljas. Svarsalternativen var: *redovisning, gödsling, juridik, vägbyggnad, markberedning, rotröta, virkessortiment, naturvård, plantering, fröträdställningar, viltbetning, insektsangrepp, ekonomi, röjning, gallring, skogsbränsleuttag, certifiering, slutavverkning, skogsbruksplanering, samarbetsformer och annat - vad?* Svarande på denna fråga var 84 stycken.

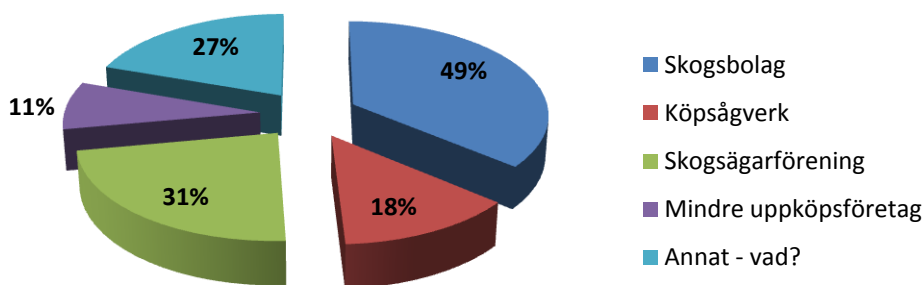


Figur 4.15. Vilka skogliga rådgivningsfrågor som skogsägare behöver mer hjälp med

Rotröta, röjning och gallring (24 %) var några av de rådgivningsfrågorna som skogsägare ville ha mera hjälp med. Även viltbetning och skogsbruksplanering (21 %) var en av de mest förekommande alternativen.

4.5.6 Gör skogsägarna affärer med något annat bolag?

Syftet med denna fråga var att se vilka andra skogsbolag som skogsägarna samarbetar med. Flera alternativ kunde väljas. Svarsalternativen var: *skogsbolag*, *köpsågverk*, *skogsägarförening*, *mindre uppköpare och annat - vad?* Svarande på denna fråga var 89 stycken.



Figur 4.16. Gör skogsägare affärer med något annat bolag

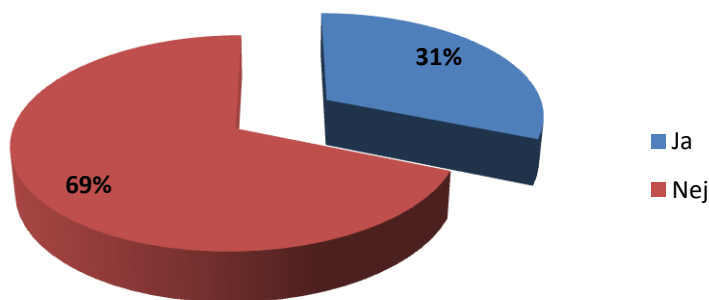
Resultatet visar att 49 % av de svarande gör affärer med andra skogsbolag än Korsnäs. 31 % gjorde även affärer med skogsägarföreningar och 18 % hade gjort affärer med köpsågverk. Svaret nej fanns inte med bland svarsalternativen men på grund av att så många svarade detta alternativ (24 %) så togs det med.

4.6 Korsnäs hemsida

För att ta reda på hur många skogsägare som besökt Korsnäs hemsida ställdes en fråga om detta. Sedan ställdes en fråga om vad de som besökt hemsidan tycker om denna och vad som kan förbättras

4.6.1 Besök på Korsnäs hemsida

Här visas hur många av skogsägarna som gjort affärer med Korsnäs som gjort besök på hemsidan. Svarande på denna fråga var 109 stycken.

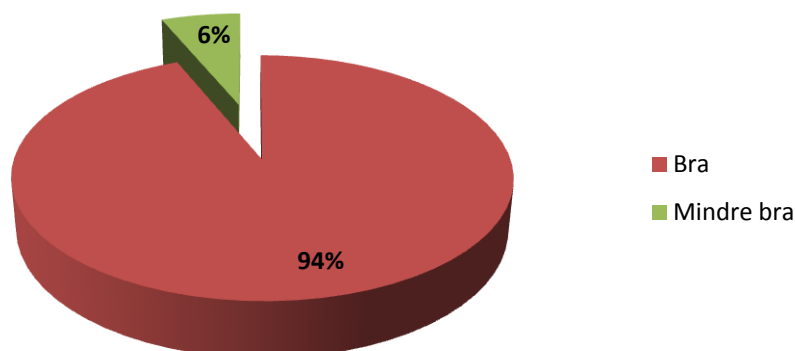


Figur 4.17. Besök på Korsnäs hemsida

Det var endast 31 % som besökt Korsnäs hemsida vilket får anses som lågt.

4.6.2 Vad besökarna tyckte om hemsidan

Denna fråga var en följdfråga för de som svarat ”ja” på att de besökt Korsnäs hemsida. De som svarat ”ja” fick kryssa i vad de tyckte om denna. Svarsalternativen var: *väldigt bra*, *bra*, *mindre bra* och *dåligt*. Tanken med att lämna 4 svarsalternativ var att de svarande inte skulle kunna lägga sig i mitten och att slutsatser lättare skulle kunna dras ut ur detta. De fick även skriva i fritext vad som saknades på hemsidan. Svarande på denna fråga var 32 stycken.



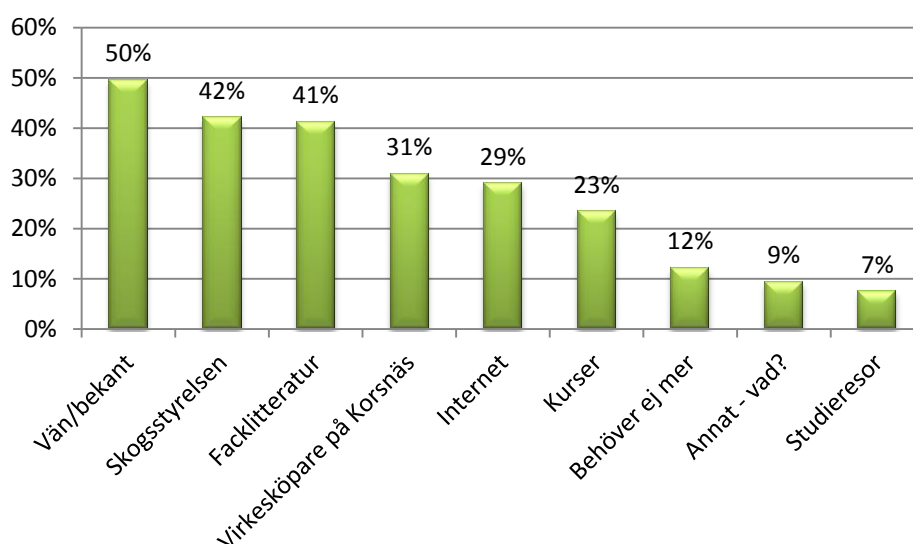
Figur 4.18. Vad besökarna tyckte om hemsidan

94 % tyckt att hemsidan var bra. Den låga svarsfrekvensen skall dock tas med i bedömningen.

Det som nämndes som förbättringar på hemsidan var att virkesprislista saknades på hemsidan. Vissa tyckte även att den var svår att hitta på och att det var dålig information om de skogliga tjänsterna som erbjöds. Om det fanns lediga jaktarrenden saknades även på hemsidan.

4.7 Hur skogsägare går tillväga för att hitta den skogliga kunskap som de behöver

Med denna fråga ville författaren och Korsnäs få reda på var skogsägare idag hämtar den kunskap som de behöver för att kunna bedriva sitt skogsbruk. Flera alternativ kunde väljas. Svarsalternativen var: *Skogsstyrelsen, vän/bekant, kurser, studieresor, facklitteratur, virkesköpare på Korsnäs, internet, behöver ej mer och annat - vad?* Svarande på denna fråga var 107 stycken.



Figur 4.19. Hur skogsägare går tillväga för att hitta den skogliga kunskap som de behöver

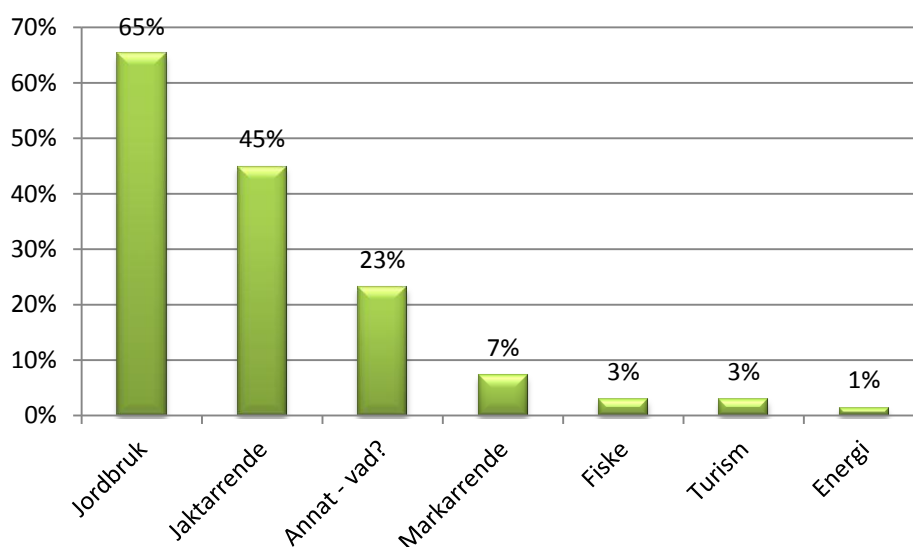
50 % av de svarande tog vän/bekant till hjälp för att få den kunskap de behövde för sitt skogsbruk. Skogsstyrelsen (42 %) och facklitteratur (41 %) användes också ofta som sätt för att få den kunskap som man behövde.

31 % vände sig till Korsnäs när det gällde att fråga om hjälp vad det gällde sitt eget skogsbruk. Där finns det lite att jobba på när det gäller att profilera sig som skogligt kunnig och kunna hjälpa skogsägare.

4.8 Alternativa inkomstkällor på sin fastighet

Denna fråga togs upp för att ta reda om fastighetsägarna hade några alternativa inkomstkällor på sina fastigheter. Flera alternativ kunde väljas. Svarsalternativen

var: *jordbruk, jaktarrende, energi, fiske, turism och annat - vad?* Svarande på denna fråga var 69 stycken.

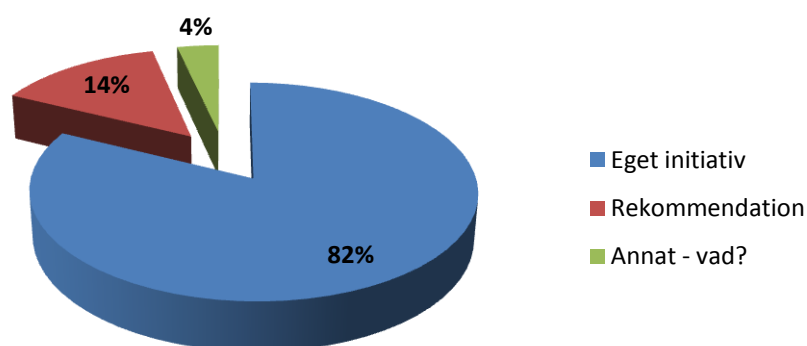


Figur 4.20. Alternativa inkomstkällor på sin fastighet

65 % sysslade med jordbruk förutom skogsbruk på sina fastigheter och då kan man istället säga att skogsbruket ger en extra inkomst till jordbruket. 45 % fick också in jaktarrende som en extra inkomst på sina fastigheter. Om man inte sysslar med jakt kan arrende för detta ge en extra inkomst med tanke på att man ej behöver utträta någon större arbetsinsats för detta. Markarrende fanns inte med bland svarsalternativen men många hade skrivit det i fritext och därför togs den med.

4.9 Görs åtgärder i skogen på eget eller Korsnäs initiativ

Syftet med denna fråga var att se om skogsägare gör åtgärder i sin skog när de blir kontaktade av Korsnäs eller om de själva bestämmer det. Svarsalternativen var: *eget initiativ, rekommendation och annat - vad?* Svarande på denna fråga var 113 stycken.

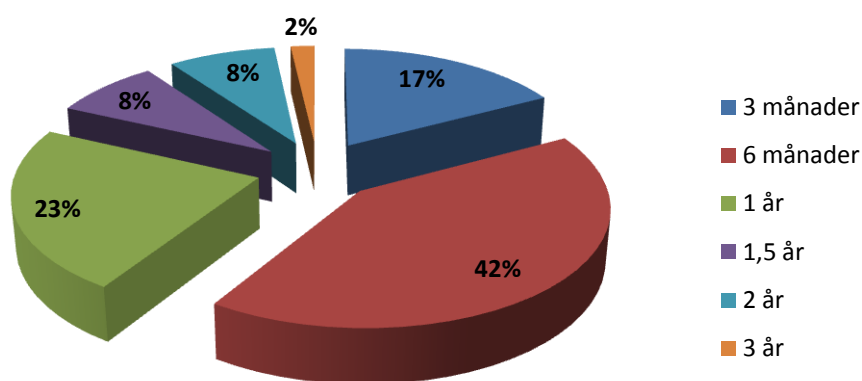


Figur 4.21. Görs åtgärder i skogen på eget initiativ eller av Korsnäs

82 % gör åtgärder i skogen på eget initiativ enligt denna undersökning. 14 % gör det på rekommendation av Korsnäs. Detta resultat kan peka på att det finns en del att jobba inom detta område för att få upp siffran av dem som gör det på rekommendation av Korsnäs.

4.10 Acceptabel tid för en skogsaffär

Denna frågas syfte var att få veta vad skogsägare anser är en acceptabel tid för en skogsaffär (från kontrakt till slutredovisning). Korsnäs skriver kontrakt som kan vara på som längst 3 år. Därför har svarsalternativen utformats ut efter detta. Svarsalternativen var: 3 månader, 6 månader, 1 år, 1,5 år, 2 år, 3 år. Svarande på denna fråga var 110 stycken.



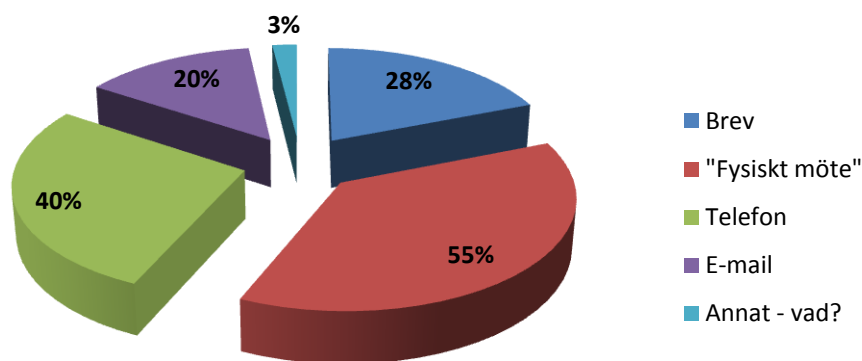
Figur 4.22. Acceptabel tid för en skogsaffär (från kontrakt till slutredovisning)

42 % tyckte att 6 månader var en acceptabel tid för en skogsaffär. 23 % tyckte att en skogsaffär på ett år ansågs bra och 17 % tyckte att 3 månader var en acceptabel tid.

Som kan utläsas av resultatet så är det bara 18 % som anser att en skogsaffär kan vara längre än ett år. De flesta anser därför att en affär inte får vara längre än ett år.

4.11 Hur skogsägaren vill bli kontaktade

Syftet med denna fråga var att ta reda på hur skogsägare vill bli kontaktade av virkesinköpare. Flera alternativ kunde väljas. Svarsalternativen var: *brev*, *"fysiskt möte"*, *telefon*, *e-mail* och *annat – vad?* Svarande på denna fråga var 104 stycken.

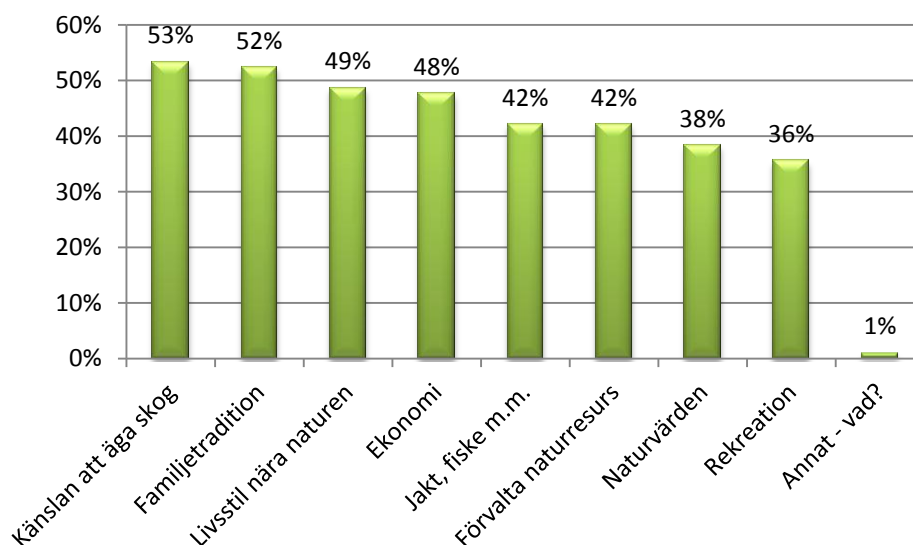


Figur 4.23. Hur skogsägare vill bli kontaktade

De flesta skogsägare föredrar att bli kontaktade genom konversation (55 %). 40 % tyckte att bli kontaktad per telefon även var bra. Sedan följde brev (28 %) och e-mail (20 %). Resultatet visar att de flesta skogsägare helst vill få ett möte där man kan föra en konversation med kontaktpersonen. Att det kan vara en tvåvägs konversation anses viktigt.

4.12 Vilka värden finns i skogen enligt skogsägarna

Syftet med denna fråga var att ta reda på vad skogsägare anser att det finns för värden i att äga en skogsfastighet. Flera alternativ kunde väljas. Svarsalternativen var: *jakt, fiske m.m., känslan att äga skog, förvalta naturresurs, ekonomi, familjetradition, naturvärden, rekreation, livsstil nära naturen och annat - vad?* Svarande på denna fråga var 107 stycken.



Figur 4.24. Vilka värden finns i att äga en skogsfastighet

Känslan att äga skog (53 %), familjetradition (52 %), livsstil nära naturen (49 %) och ekonomi (48 %) anses vara de viktigaste anledningarna till att äga skog. Den

stora variationen på svaren visar att det inte finns någon entydigt viktigaste parameter till att äga en fastighet, det är många parametrar som är viktiga vad gäller skogsägande.

5. DISKUSSION

5.1 Metodik kritik

Svarsfrekvensen blev lite lägre än vad som författaren hade räknat med (38 %), på grund av att så många brev skickades ut så kunde ändå svaren ligga till grund för att undersökningen skulle kunna genomföras. Svarsfrekvensen på de enskilda frågorna var väldigt varierande med endast 34 svarande på fråga 21 som lägst. Svaren ansågs även mer omfattande och lättolkade ju längre tid den svarande tagit på sig för att skicka in svaren.

Kryssfrågorna hade de högsta svarsfrekvenserna, medan frågor där man skulle rangordna inte hade samma höga svarsfrekvens. Detta tror författaren beror på lättja hos de svarande, för ju längre tid det tog att få in svaren desto mer hade svarat "rätt" på dessa frågor.

Gällande tillförlitligheten i undersökningen är den svår att avgöra om den är hög eller låg då undersökningen varit anonym. Alla deltagare har heller inte svarat på alla frågor i enkäten vilket också påverkar detta. För att man skulle fått högre tillförlitlighet kunde man ha gjort djupintervjuer med några utvalda markägare.

5.2 Enkätens kategorifördelning

Vad gäller könsfördelningen i enkäten så speglade det inte ägarstrukturen i Sverige, detta kan bero på samplet inte speglar ägarstrukturen i Sverige eller att det är männen som oftast gör affärer?

Författaren tror att den höga åldern på skogsägarna som varit med i enkäten kan bero på att de har "mer tid" att sitta och fylla i denna. Att det stora bortfallet av inte svarande kan bero på att den "yngre generationen" inte har samma intresse som den äldre t.ex. Vad gäller frågan om boendeformer så stämde det bra överens med hur statistiken såg ut inom detta område, enligt statistik.

Frågan som gällde förvärvsinkomst visade även att det var väldigt få skogsägare som kunde leva på sitt skogsbruk, endast 4 %. De flesta av skogsägarna hade ett "vanligt arbete" eller var pensionär. Att det var så många pensionärer tros bero på den höga medelåldern bland dem svarande

5.3 Fastigheten

De flesta av skogsägarna som svarat i denna enkät ägde mellan 0-100 ha produktiv skogsmark, vilket anses vara normalt och speglar hur mycket en skogsägare äger idag. Så de flesta skogsägare som gör affärer med Korsnäs äger en mindre skogsfastighet.

Vad gäller hur länge skogsägarna ägt sin fastighet så visade resultatet att 77 % ägt sin fastighet mellan 0-30 år. Skogsfastigheter byter inte ägare så ofta, men i framtiden när intresset pekar på att släkten mindre villig att ta över familjegården

och fler ser skogsfastigheter som kapitalplacering så kan dessa siffror komma att sänkas tror författaren.

5.4 Samarbete med Korsnäs

Vad gäller regionsfördelningen är författaren nöjd med resultatet. Varje region fick ¼ av utskicken och resultatet är jämnfördelat på denna punkt. Resultaten hamnade på mellan 19-30 % så alla svar på resterande frågor skall kunna spegla alla Korsnäs regioner.

I undersökningen visade det sig att det var väldigt många av de svarande som var självverksamma och sköter mycket av sin avverkning av skogen själva. 34 % sålde sitt virke som leveransvirke, vilket får anses som en hög siffra. Resultatet på denna fråga får anses var mer jämnfördelat än vad författaren hade räknat med. Avverkningsrätt och rotpost skulle legat högre enligt författarens uppfattning.

När gäller uppkomsten av samarbete mellan Korsnäs och skogsägare, så var det vanligast att skogsägaren tog kontakt själv (75 %). Här finns det en stor potential för Korsnäs att själva försöka ta första kontakten och på så vis få mer kunder. För det är bara 14 % som gör åtgärd i skogen när Korsnäs frågar om det. Som nämnts tidigare i texten så kan skogsfastigheter bli föremål för kapitalplacering i framtiden och därför kan skogsägarna kanske var mindre kunniga på området och därför behöva mer hjälp med detta.

5.5 Vad avgör valet av skoglig samarbetspartner

Föga oväntat så var virkespriserna den viktigaste parametern som avgjorde samarbetspartner. Kvalitén på utfört arbete kom även högt vilket känns som ett sundhetstecken. Eftersom det visar att pengar inte är allt, utan man värdesätter även skötseln mycket högt. Sist kom uttag av skogsbränsle, men denna fråga kan komma att öka i framtiden med bibränslets stora potential.

Något som saknades i denna fråga som författaren sett i efterhand är något alternativ som behandlade naturhänsyn eller liknande. Hade detta alternativ kommit med i undersökningen kunde kanske rangordningen sett annorlunda ut.

5.6 Vad Korsnäs kan bli bättre på och vad saknas

Med tanke på den höga snittåldern av de svarande så var det ingen ”kioskvältare” att skogs dagar kom högst upp på frågan ”vilka områden förutom skogsbruk som Korsnäs bör satsa mer på”. Att rabatterade priser på skogsprodukter kom högt upp kändes oväntat. Men det känns som en sak som skogsbolagen lätt skulle kunna fixa och på så sätt få nöjdare kunder. Att PEFC/FSC inte fick högre respons var oväntat. Det finns en del att jobba på inom detta område för att vinna en större acceptans hos skogsägarna.

Vilka områden som Korsnäs kan jobba mer på så var det ”information om virkespriser och virkespremier” som efterfrågades mest. Det känns inte så oväntat då skogsägaren gärna vill veta vad de kan få ut av en affär och vad de kan tjäna på detta. Att detta efterfrågas kan också vara för att skogsägarna vill kunna jämföra med andra bolags priser.

Information när åtgärden skall ske har även efterfrågats och det är en mer komplex fråga att kunna lösa, på grund av all planering som måste ske och hänsynen som måste tas till årstider m.m. Det är många parametrar som måste vägas in när det gäller denna fråga. Men en större tydlighet från Korsnäs och att kunna säga på ett ungefär när åtgärden skall ske borde inte vara ett allt för stort problem.

Vilka produkter/tjänster som skogsägare saknade mest var alternativa trädslag, studieresor och olika sätt att kunna se sina skogliga affärer och liknande på webb. Det är roligt att skogsägare vill hitta alternativa sortiment att kunna sälja sitt virke som och att de vill kunna utveckla sig inom sitt skogsbrukande genom att åka på studieresor och se och lära sig nya saker. Att skogsägare även är medvetna om vilka möjligheter som finns genom internet med skogsbruksplaner och att kunna följa sina affärer är också en rolig sak som snart kan komma lösas.

Vad som skulle kunna få skogsägare att ingå längre avtal med Korsnäs så var det föga oväntat prispremier och låga avverkningskostnader som kunde få skogsägare att ingå i längre avtal med Korsnäs. Det känns som en bra idé att kunna gynna trogna leverantörer genom detta och därför borde i alla fall prispremier vara något att ta fasta på. Att bra kvalitet på skogliga åtgärderna även kommer högt kännas sunt med tanke på skogsbruket.

På frågan ”vilka skogliga rådgivningsfrågor som skogsägare behövde mer hjälp med” var svaren något svårtolkade. Alla svarsalternativ ligger väldigt nära varandra och några starka slutsatser kan därför inte dras från denna fråga. Att det blev sprida svar kan bero på att det fanns många svarsalternativ och att skogsägarna kan ha mycket olika intressen. Men enligt enkätundersökningen så var folk intresserade att få hjälp och rådgivning med rotröta, gallring, röjning, viltbetning och skogsbruksplanering. De svarande i undersökningen ville också ha mer skogs dagar (40 %). Vid skogs dagar kan man ta upp något av de berörda ämnena.

Skogsägare som haft avtal och affärer med Korsnäs de senaste 3 åren och som även haft samarbete med andra bolag säljer oftast sitt virke till andra skogsbolag. Denna fråga skulle ha omformulerats tycker författaren nu i efterhand. Den skulle ha delats upp i 2 frågor. Där första var en ja och nej fråga där man fick säga om man hade ett samarbete med något annat bolag. För att då se om de säljer till ett annat bolag. Sedan skulle denna fråga kommit som följdfråga och se vilka dem säljer till.

5.7 Korsnäs hemsida

Det var väldigt få av de tillfrågade som hade besökt hemsidan (31 %), vilket kan kännas konstigt när man kan hitta mycket information där om man vill. Denna siffra skulle kunna höjas mycket om Korsnäs genomför sina planer med en ”skogsägarwebb” på hemsidan. Att det var väldigt få som inte besökt hemsidan kan också bero på att medelåldern var väldigt hög i undersökningen och därför finns inte samma datorvana som i den ”yngre generationen”.

Att det var så pass många som svarade att hemsidan var bra (94 %) får anses som ett bra betyg till Korsnäs. Skogshemsidor från skogsbolag överlag är dåliga vad gäller layout och att kunna hitta den information som man vill. Men det är kanske inget problem när det verkar som att det inte är så många skogsägare som kollar på dessa.

5.8 Hur skogsägare går tillväga för att hitta den skogliga kunskap som de behöver

Vad gäller skoglig kunskap så vänder sig 31 % till Korsnäs för att få den hjälp man behöver. Här skulle Korsnäs kunna inrikta sig på mer med att erbjuda skoglig kunskap genom personal och eventuellt utveckla sin hemsida för att kunna erbjuda den hjälp som efterfrågas. Att arrangera skogsdagar där man inriktar sig på det som skogsägare vill veta mer om vad gäller skogsskötsel är också ett bra sätt.

5.9 Görs åtgärder i skogen på eget eller Korsnäs initiativ

Här finns en del att göra för Korsnäs, då det är bara 14 % som gör åtgärder i skogen när Korsnäs frågar om det. Med tanke på att fler fastigheter idag köps som kapitalplacering än tidigare. Kunskapen om skogsbruk kan därför tänkas vara lägre och därför kan de ”nya skogsägarna” vara mer mottagliga för förslag hur man skall sköta sin skog.

5.10 Hur skogsägaren vill bli kontaktad

De flesta ansåg att man vill kunna föra en konversation när man blev kontaktad av Korsnäs. Så många skogsägare sätter ett stort värde i att kunna diskutera sina idéer och kunna få svar direkt av Korsnäs när det gäller första kontakten med dem.

5.11 Vilka värden finns i skogen enligt skogsägarna

Denna fråga uppfattades som en svårtolkad fråga där svaren ligger väldigt nära varandra och några direkta slutsatser kan därför inte dras vad som är viktigaste parametern för sitt skogsägande. Men det som kan sägas utifrån denna fråga är att det finns många olika intressen med sitt skogsägande och att alla sina egen syn på skogen.

6. SAMMANFATTNING

Detta examensarbete bygger på en enkätundersökning riktad till skogsägare, för Korsnäs inköpsregioner (Dalarna, Gävleborg, Frövi och Uppland)

Syftet med detta arbete var att ta reda på vad skogsägaren vill ha för produkter och tjänster av skogsbolagen vid virkesaffärer och vilka som är de viktigaste faktorerna för skogsägaren.

300 enkäter skickades ut till slumpmässigt utvalda skogsägare inom Korsnäs inköpsregioner (Dalarna, Gävleborg, Frövi och Uppland). Detta för att ta reda på vad skogsägarna saknade för produkter/tjänster hos Korsnäs. 29 frågor ställdes inom berörda områden för att kunna kartlägga vad som saknades och för att i framtiden kunna tillfredsställa skogsägarna. Frågor ställdes även hur berörd skogsägare tyckte att Korsnäs skött sina åtaganden och vad som skulle kunna förbättras i framtiden.

Slutsatsen som kan dras av vad som skogsägare saknar hos Korsnäs är att fler vill ha bättre information om priser och prispremier på sålt virke. Man ville även se att Korsnäs erbjuder en bättre skoglig rådgivning och att de arrangerar mer skogsdagar inom intressanta ämnen. Även rabatterade priser på olika skogliga produkter ansåg man som ett bra sätt för att få en bättre relation till Korsnäs. Alternativa virkessortiment efterfrågades också av skogsägarna.

Möjlighet att kunna följa sina skogliga affärer på webb var det många som saknade tillsammans med att ha sin skogsbruksplan inlagd på Korsnäs hemsida. Vad gällde Korsnäs nuvarande hemsidan så ansågs den vara bra, enligt dem som varit inne på denna.

Ekonomi är en viktig aspekt vad gällde val av samarbetsparter. Även kvalitén på utfört arbete ansåg man som en viktig aspekt för att kunna inleda ett längre samarbete med Korsnäs.

När det var en skoglig åtgärd som skulle utföras på fastigheten var det oftast skogsägaren själva som tog kontakten med Korsnäs. Om de skulle bli kontaktade så ville de helst att inköparen skulle ringa eller arrangera ett fysiskt möte.

7. REFERENSLISTA

7.1 Publikationer

Andersson, R. & Olsson, A. (2005). *Grundbok för skogsbrukare*. Jönköping: Skogsstyrelsen.

Bergh, J. (2006). Vad tycker skogsägare om virkesinköpare och inköpsorganisationer. (Rapport/SLU, 2006:60). Skinnskatteberg: SLU Skogsmästarskolan.

Bertholdsson, J., Lindberg, J., Roos, J. & Alstad, V. (2010). *Skogsägarens företagsbok 2010*. Vetlanda: LRF Konsult Skogsbyrån.

Ebeling, F. (1970). *Skogsstatistiks Årsbok 1970*. Lund: Kungliga Skogsstyrelsen.

Gunnarsson, F & Mårtensson, C. (2004). Vilka mål och behov har olika typer av skogsägare kring sitt ägande. (Rapport/SLU, 2004:40). Uppsala: SLU Institutionen för skogens produkter och marknader.

Loman, J-O. (2010). *Skogsstatistiks Årsbok 2010*. Jönköping: Skogsstyrelsen.

Stenhag, S. & Lycksell, S. (1999). Handledning för rapportskrivning – 99. (Rapport/SLU, 1999:1). Skinnskatteberg: SLU Skogsmästarskolan.

Trots, J. (2001). *Enkätboken*. Lund: Studentlitteratur.

Wennberg, H., Hammar, M., Mörner, G. & Karlsson, T. (2011) Skogsbarometern. (Rapport/Swedbank & LRF Skogsbyrån, 7447 0027). Stockholm: Swedbank & LRF Skogsbyrån.

7.2 Internetdokument

Länk A

Korsnäs (2011). *Årsplanering i skogen*. [Online] Tillgänglig: http://www.korsnas.com/Documents/Skog/%C3%85tg%C3%A4rder/web-%C3%A5rsplanering_0413.pdf [2011-01-16].

Länk B

Korsnäs (2011). *Företagsverksamhet präglar vår historia*. [Online] Tillgänglig: <http://www.korsnas.com/sv/Vart-foretag/Foretaget/Historia/> [2011-01-15].

Länk C

Korsnäs (2011). *Korsnäs inköpsregioner*. [Online] Tillgänglig: <http://www.korsnas.com/sv/Vart-foretag/Skogsbruk/Skogsagare-nya-texter/Har-finns-vi1/> [2011-01-15]

Länk D

Korsnäs (2011). *Snabbfakta*. [Online] Tillgänglig:
<http://www.korsnas.com/sv/Vart-foretag/Foretaget/Fakta/> [2011-01-20]

Länk E

Skogsstyrelsen (2011). Utrikeshandel [Online] Tillgänglig:
<http://www.skogsstyrelsen.se/expimp> [2011-01-18]

8. BILAGOR

Bilaga 1. Frågeenkäten som skickades ut.

Bilaga 2. Följdbrevet i samband med frågorna.

Bilaga 1

Enkät om vad skogsägare vill ha för produkter och tjänster av skogsbolagen

1. Kön?

- ☐ Kvinna
- ☐ Man

2. Ålder?

- ☐ 20-30
- ☐ 30-40
- ☐ 40-50
- ☐ 50-60
- ☐ 60 +

3. Hur stort är ditt skogsinnehav
(produktiv skogsmark, ha)?

- ☐ 0-100
- ☐ 100-250
- ☐ 250-500
- ☐ 500-1000
- ☐ 1000+

4. Hur länge har du stått som en
ägare av fastigheten?

- ☐ 0-10 år
- ☐ 10-20 år
- ☐ 20-30 år
- ☐ 30-40 år
- ☐ 40-50 år
- ☐ 50-60 år
- ☐ 60+

5. Vilken region på Korsnäs har du
kontakt med?

- ☐ Gävleborg
- ☐ Dalarna
- ☐ Uppland
- ☐ Frövi

6. Hur säljer du ditt virke?

- ☐ Leveransvirke
- ☐ Avverkningsrätt
- ☐ Rotpost

7. Har du något avtal med Korsnäs?

- ☐ Skötselavtal
- ☐ Samarbetsavtal
- ☐ Leveransavtal
- ☐ Inget avtal

8. Vilken boendekategori
tillhör du?

- ☐ Närboägd
☐ Delvis utboägd
☐ Utboägd

9. Vad är din huvudsakliga
förvärvsinkomst?

- ☐ "Vanligt arbete"
☐ Jordbruk
☐ Skogsbruk
☐ Pensionär
☐ Annat? - vad?

10. Gör du skogsaffärer med någon
annan virkesinköpare?

- ☐ Skogsbolag
☐ Köpsågverk
☐ Skogsägarförening
☐ Mindre uppköpare
☐ Annat - vad?

11. Hur uppkom ditt senaste
samarbete med Korsnäs?

- ☐ Kontaktade virkesinköpare själv
☐ Kontaktad av virkesinköpare
☐ Genom skogsdag
☐ Annat-vad?

12. Vilket bemötande/intryck fick du
av virkesinköparen angående?

Social kompetens
Förtroendeskapande
Kompetent i sin yrkesroll som
skoglig rådgivare
Respekterar åsikter
Passa tider
Hålla löften

| Väldigt bra | Bra | Mindre bra | Dåligt |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

13. Vad tycker du avgör valet
av samarbetspartner vid skogsaffärer?
*Rangordna parametrarna från
1 till 13. Där 1 är den viktigaste
parametern.*

- ☐ Information från virkesinköparen
☐ Passande avtal

| | |
|--------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> | Kvalité på utfört arbete |
| <input type="checkbox"/> | Kontakt med entreprenörer |
| <input type="checkbox"/> | Virkespriser |
| <input type="checkbox"/> | Tid, från kontakt till avslut |
| <input type="checkbox"/> | Låga avverkningskostnader |
| <input type="checkbox"/> | Skoglig rådgivning |
| <input type="checkbox"/> | Uttag av skogsbränsle |
| <input type="checkbox"/> | Tydlig ekonomisk redovisning |
| <input type="checkbox"/> | Tydlig redovisning av utförda åtgärder |
| <input type="checkbox"/> | Kontakten med inköparen |
| <input type="checkbox"/> | Annat - vad? |

14. Vilken tjänst har Korsnäs utfört och hur nöjd är du med resultatet?
Flera alternativ kan väljas.

Slutavverkning
 Markberedning
 Plantering
 Röjning
 Gallring
 Skogsbruksplan

| Mycket nöjd | Nöjd | Mindre nöjd | Besviken |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

15. Om "Mindre nöjd" eller "Besviken",
 vad har kunnat gjorts bättre?

16. Vad kan Korsnäs göra
 bättre?
Flera alternativ kan väljas.

| | |
|--------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> | Information från virkesinköparen |
| <input type="checkbox"/> | Personliga kontakten mellan virkesinköpare och markägare |
| <input type="checkbox"/> | Kvalitén på utfört arbete |
| <input type="checkbox"/> | Kontakten mellan skogsägare och entreprenörer |
| <input type="checkbox"/> | Information om virkespriser och pris-premier |
| <input type="checkbox"/> | Informera om kostnader |
| <input type="checkbox"/> | Tydligare avtal |
| <input type="checkbox"/> | Skoglig rådgivning |
| <input type="checkbox"/> | Information när åtgärden skall ske |
| <input type="checkbox"/> | Tid, från kontakt till avslut |
| <input type="checkbox"/> | Annat - vad? |

17. Vilket eller vilka områden
förutom skogsbruk tycker du
Korsnäs skall satsa mer på?

Flera alternativ kan väljas.

- ☐ Reklamprodukter
 - ☐ Rabatterade priser på skogsrelaterade produkter
 - ☐ Skoglig rådgivning
 - ☐ Studieresor
 - ☐ Inbjudan till olika evenemang. T.ex. jakt, fiske
 - ☐ Information om beskattning och redovisning
 - ☐ PEFC/FSC (miljö certifiering)
 - ☐ Skogsbruksplan
 - ☐ Skogsdagar
 - ☐ Naturvård
 - ☐ Annat - vad?
-

18. Vad saknar du för produkter/tjänster
hos Korsnäs?

Flera alternativ kan väljas.

- ☐ Alternativa sortiment -
vad? _____
 - ☐ Alternativa skogsbruksåtgärder -
vad? _____
 - ☐ Andra affärsformer -
vad? _____
 - ☐ Främmande trädslag -
vad? _____
 - ☐ Studieresor
 - ☐ Möjlighet att följa dina skogligaaffärer på webb
 - ☐ Skogsbruksplan på webb
 - ☐ Annat - vad?
-

19. Vad skulle kunna få dig att
samarbeta med Korsnäs
under en längre tid?

Flera alternativ kan väljas.

- ☐ Pris-premier
- ☐ Låga avverkningskostnader
- ☐ Kurser/utbildning
- ☐ Passande avtal
- ☐ Bra redovisning
- ☐ Bra kvalitet i skogliga åtgärder
- ☐ Korsnäs tar ansvar för skötseln
- ☐ Korsnäs informerar om skogsbruk
- ☐ Korsnäs ger fortlöpande förslag på åtgärder

| | |
|--------------------------|-----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> | Tid, från kontakt till avslut |
| <input type="checkbox"/> | Intressanta skogsdagar |
| <input type="checkbox"/> | Nära samarbete med virkesinköpare |
| <input type="checkbox"/> | Annat - vad? |

20. Har du besökt Korsnäs hemsida?

| | |
|--------------------------|-----|
| <input type="checkbox"/> | Ja |
| <input type="checkbox"/> | Nej |

21. Om "ja", vad tyckte du om hemsidan?

| | |
|--------------------------|-------------|
| <input type="checkbox"/> | Väldigt bra |
| <input type="checkbox"/> | Bra |
| <input type="checkbox"/> | Mindre bra |
| <input type="checkbox"/> | Dåligt |
| <input type="checkbox"/> | Vad saknas? |

22. Vilka skogliga rådgivningsfrågor skulle du ha behov av att få hjälp med?

Flera alternativ kan väljas.

| | | | |
|--------------------------|---------------------|--------------------------|---------------------|
| <input type="checkbox"/> | Redovisning | <input type="checkbox"/> | Viltbetning |
| <input type="checkbox"/> | Gödsling | <input type="checkbox"/> | Insektsangrepp |
| <input type="checkbox"/> | Juridik | <input type="checkbox"/> | Ekonomi |
| <input type="checkbox"/> | Vägbyggnad | <input type="checkbox"/> | Röjning |
| <input type="checkbox"/> | Markberedning | <input type="checkbox"/> | Gallring |
| <input type="checkbox"/> | Rotröta | <input type="checkbox"/> | Skogsbränsleuttag |
| <input type="checkbox"/> | Virkessortiment | <input type="checkbox"/> | Certifiering |
| <input type="checkbox"/> | Naturvård | <input type="checkbox"/> | Slutavverkning |
| <input type="checkbox"/> | Plantering | <input type="checkbox"/> | Skogsbruksplanering |
| <input type="checkbox"/> | Fröträdsställningar | <input type="checkbox"/> | Samarbetsformer |
| <input type="checkbox"/> | Annat - vad? | | |

23. Hur går du tillväga för att skaffa dig den skogliga kunskap du behöver?

Flera alternativ kan väljas.

| | |
|--------------------------|----------------|
| <input type="checkbox"/> | Skogsstyrelsen |
| <input type="checkbox"/> | Vän/bekant |

| | |
|--------------------------|-------------------------|
| <input type="checkbox"/> | Kurser |
| <input type="checkbox"/> | Studieresor |
| <input type="checkbox"/> | Facklitteratur |
| <input type="checkbox"/> | Virkesköpare på Korsnäs |
| <input type="checkbox"/> | Internet |
| <input type="checkbox"/> | Behöver ej mer |
| <input type="checkbox"/> | Annat - vad? |

24. Har du några alternativa inkomstkällor på din fastighet?

Flera alternativ kan väljas.

| | |
|--------------------------|--------------|
| <input type="checkbox"/> | Jordbruk |
| <input type="checkbox"/> | Jaktarrende |
| <input type="checkbox"/> | Energi |
| <input type="checkbox"/> | Fiske |
| <input type="checkbox"/> | Turism |
| <input type="checkbox"/> | Annat - vad? |

25. Är det på eget initiativ, eller på rekommendation av Korsnäs som åtgärder sker i din skog?

| | |
|--------------------------|----------------|
| <input type="checkbox"/> | Eget initiativ |
| <input type="checkbox"/> | Rekommendation |
| <input type="checkbox"/> | Annat - vad? |

26. Vad anser du är acceptabel tid för en skoglig affär, från kontrakt till slutredovisning?

| | |
|--------------------------|-----------|
| <input type="checkbox"/> | 3 månader |
| <input type="checkbox"/> | 6 månader |
| <input type="checkbox"/> | 1 år |
| <input type="checkbox"/> | 1,5 år |
| <input type="checkbox"/> | 2 år |
| <input type="checkbox"/> | 3 år |

27. Hur vill du bli kontaktad av din skogliga samarbetspartner?

| | |
|--------------------------|----------------|
| <input type="checkbox"/> | Brev |
| <input type="checkbox"/> | "Fysiskt möte" |
| <input type="checkbox"/> | Telefon |
| <input type="checkbox"/> | E-mail |
| <input type="checkbox"/> | Annat - vad? |

28. Det finns många olika värden i skogen. Vilka värden värderar du högst?

Flera alternativ kan väljas.

- | | |
|--------------------------|-----------------------|
| <input type="checkbox"/> | Jakt, fiske m.m. |
| <input type="checkbox"/> | Känslan att äga skog |
| <input type="checkbox"/> | Förvalta naturresurs |
| <input type="checkbox"/> | Ekonomi |
| <input type="checkbox"/> | Familjetradition |
| <input type="checkbox"/> | Naturvärden |
| <input type="checkbox"/> | Rekreation |
| <input type="checkbox"/> | Livsstil nära naturen |
| <input type="checkbox"/> | Annat - vad? |
-

29. Vad skulle du helst se för förbättringar hos Korsnäs?

Bilaga 2

Skogsmästarprogrammet 08/11

Hej skogsägare!

Jag heter Jakob Gustafsson och går på Skogsmästarskolan i Skinnskatteberg. Just nu håller jag på med mitt examensarbete där jag valt att undersöka vad skogsägare vill ha för produkter/tjänster av de virkesinköpandeskogsbolagen.

För att vara säker att nå ut till skogsägare som gjort skogsaffärer senaste åren har jag samarbetat med Korsnäs.

Jag har valt att göra en enkätundersökning om detta område. Jag vore väldigt tacksam om Ni kunde ägna 10-15 minuter åt att fylla i denna enkät som finns med i brevet. Enkäten har delats ut till 300 stycken slumpvis valda skogsägare från Korsnäs leverantörsregister och Ni är en av dem utvalda.

Enkäten kommer att vara anonym.

För att jag skall få ett bra och brett material att jobba med, så behöver jag just dina unika svar.

Samtidigt som Ni hjälper mig med detta arbete nu, så hoppas jag kunna hjälpa er i framtiden genom att vissa vad just ni vill ha för produkter/tjänster av Korsnäs.

När ni fyllt i enkäten skickar ni den snarast möjligt till mig i det bifogade frankerade kuvertet innan den 14/4-11. För att då kunna vara med som underlag i undersökningen.

Om du är intresserad av att se resultatet av enkäten så kan du maila mig, så kommer jag skicka ut en sammanfattning när den är klar.

Vid frågor, tveka inte att kontakta mig.

Tack på förhand

Med vänliga hälsningar

Jakob

Postadress:

Jakob Gustafsson
Uppsalavägen 11
74742 Gimo

Tel:

070-5189468

E-post:

jagu0001@stud.slu.se
jakob-gustafsson@hotmail.com